

**Univerzita Pardubice**  
**Fakulta chemickoótechnologická**

Environmentální reporting podnik chemického průmyslu ČR jako součást  
společenské odpovědnosti podnik

**Bc. Markéta Havlíková**

**Diplomová práce**

**2017**

**University of Pardubice**  
**Faculty of Chemical Technology**

Environmental reporting of the Czech chemical companies as part of  
corporate social responsibility

**Bc. Markéta Havlíková**

**Diploma thesis**

**2017**

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Markéta Havlíčková**  
Osobní číslo: **C15488**  
Studijní program: **N2807 Chemické a procesní inženýrství**  
Studijní obor: **Ekonomika a management chemických a potravinářských podniků**  
Název tématu: **Environmentální reporting podniků chemického průmyslu ČR jako součást reportingu společenské odpovědnosti podniků**  
Zadávající katedra: **Katedra ekonomiky a managementu chemického a potravinářského průmyslu**

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Teoretická východiska společenské odpovědnosti organizací a nefinančního reportingu společenské odpovědnosti organizací.
2. Teoretická východiska environmentální oblasti společenské odpovědnosti organizací a jejího reportingu.
3. Kvantitativní analýza nefinančního reportingu aktivit a významných aspektů environmentální oblasti společenské odpovědnosti podniků chemického průmyslu prostřednictvím webových stránek podniku.
4. Zhodnocení míry využití webových stránek těchto podniků při environmentálním reportingu.
5. Závěrečné shrnutí.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: cca 50 stran

Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

1. BORTREE, D.S. The State of CSR Communication Research: A Summary and Future Direction, *Public Relations Journal* [online]. 2014, 8 (3), 1-8.
2. PAVLÍK, M. a kol. Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál. Praha: Grada, 2010, 169 s., ISBN 978-80-247-3157-5.
3. KAŠPAROVÁ, K., KUNZ, V. Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování: CSR v praxi a jak s ním dál. Praha: Grada, 2013, 159 s., ISBN 978-80-247-4480-3.
4. CRANE, A., MCWILLIAMS, A., MATTEN, D., MOON, J., STEGEL, D. The Oxford handbook of corporate social responsibility. New York: Oxford University Press, 2008, 590 s., ISBN 0199211590.
5. Global Reporting Initiative. G4 Sustainability Reporting Guidelines. Globalreporting.org [online]. GRI, 2015.

Vedoucí diplomové práce:

Ing. Simona Munzarová, Ph.D.

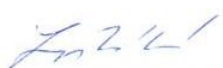
Katedra ekonomiky a managementu chemického a potravinářského průmyslu

Datum zadání diplomové práce: 17. února 2017

Termín odevzdání diplomové práce: 12. května 2017

  
prof. Ing. Petr Kalenda, CSc.  
děkan

L.S.

  
prof. Ing. Hana Lošťáková, CSc.  
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 17. února 2017

## Prohlášení

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skuteností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako kolektivního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností ať do jejich skutečné výše.

Berou na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 9/2012, bude práce zveřejněna v Univerzitní knihovně a prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 12. května 2017

Bc. Markéta Havlíková

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí své diplomové práce Ing. Simon Munzarové, Ph.D. za cenné rady, odborné vedení a připomínky při tvorbě a především za ochotu pomoci při zpracování mé diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat Ing. Janu Pokornému za poskytnutí informací o společnosti Synthesia, a.s., které mi pomohly zpracovat praktický výzkum.

## **Anotace**

Tato diplomová práce se vnuje tématu společenské odpovědnosti podniků, zejména v oblasti environmentální problematiky a její nedílné součásti, kterou je i podnikový reporting. Práce si klade za cíl popsat a interpretovat základní pojmy společenské odpovědnosti jak obecně, tak zejména v oblasti environmentální. Dále se práce soustředí na úroveň podnikového reportingu společenské odpovědnosti podniků s chemickou výrobou, kteří provozují svoji činnost na území České Republiky.

## **Klíčová slova**

Společenská odpovědnost podniků, životní prostředí, chemie, CSR reporting

## **Annotation**

This diploma thesis is devoted to the topic of corporate social responsibility, in particular in the field of environmental issues and its integral parts, which is also the corporate reporting. The thesis aims to describe and interpret the basic concepts of corporate social responsibility in general, and special attention is paid to the environmental field. Further, the thesis focuses on the level of corporate reporting of corporate social responsibility by the companies with chemical production, who operate on the territory of the Czech Republic.

## **Keywords**

Corporate social responsibility, environment, chemistry, CSR reporting

## Obsah

ÚVOD.....	9
1 SPOLE ENSKÁ ODPOVĚDNOST PODNIK (CSR) .....	11
1.1 Definice a principy CSR.....	11
1.2 Základní pilíře CSR.....	13
1.3 Výhody a nevýhody zavedení principů CSR do řízení podnikových činností .....	16
1.4 Reporting společnosti odpovědnosti firmy jako součást podnikového reportingu...18	
2 ENVIRONMENTÁLNÍ OBLAST SPOLE ENSKÉ ODPOVĚDNOSTI PODNIK ....	24
2.1 Aktivity environmentální oblasti společnosti odpovědnosti podnik .....	25
2.2 Základní principy environmentálního managementu podniku .....	28
2.3 Interní a externí environmentální reporting .....	35
3 VÝZKUM REPORTINGU ENVIRONMENTÁLNÍ OBLASTI CSR ČESKÝCH VÝROBNÍCH CHEMICKÝCH PODNIK .....	42
3.1 Kvantitativní výzkum a obsahová analýza internetových stránek podnik .....	42
3.2 Kvalitativní výzkum pomocí scénáře a dotazování .....	60
ZÁVĚR.....	66
POUŽITÁ LITERATURA .....	68
SEZNAM TABULEK .....	73
SEZNAM OBRÁZKŮ .....	74
SEZNAM GRAFŮ .....	75
PŘÍLOHA .....	76



## Úvod

V dnešní době je na firmu stále více nahlíženo jako na nedílnou součást společnosti, firma v této době nemůže fungovat odděleně od okolního světa. Podniky ke svému okolí a společnosti nemají jen práva, ale také povinnosti, které by měly plnit a dodržovat, včetně záruky a odpovědnosti za zvyšování kvality života. Odpovědné chování podnik je podle tohoto konceptu společenské odpovědnosti organizací. Společenská odpovědnost organizací je nejčastěji vnímána jako soulad výkonnosti jak na ekonomické, tak environmentální a zároveň sociální úrovni podnikového chování v rámci svého okolí.

V současné době se zákazníci nezajímají pouze o konečný výrobek (produkt a službu) daného podniku, ale také například o další záležitosti, aktivity a budoucí záměry firmy. Jedním z předpokladů dlouhodobé prosperity podniku je dodržovat a zajímat se o společenskou odpovědnost firem a přijmout principy CSR jako výhodu a ne jako komplikaci. Aktuálnost a významnost tématu společenské odpovědnosti a s tím souvisejícím reportingem o společensky odpovědných aktivitách organizací, potvrzuje například zdroj odborné literatury i odborníci zabývající se touto problematikou, dále také celkově se zvyšující nároky spotřebitelů na odpovědné chování organizací.

Cílem diplomové práce je zpracovat relevantní odborné literatury na téma environmentálního reportingu podniku. Diplomová práce vychází z konceptů různých mezinárodních iniciativ a standardů, které jsou vytvářeny pro podporu a jako návod pro společnost, jak správně reportovat a být společensky odpovědným podnikem. Podle zájmu diplomové práce jsou dále analyzovány aspekty podnikových činností, které jsou podniky chemického průmyslu nejčastěji reportovány a zda je pro podniky reporting důležitý či nikoliv. Součástí podnikového reportingu je výběr, zpracování, formální úprava a distribuce těchto správných informací, které jsou určeny pro nejrelevantnější skupiny uživatelů. Práce je zaměřena především na dobrovolný environmentální reporting, jako součást reportingu společenské odpovědnosti českých podniků s chemickou výrobou.

Praktický výzkum v diplomové práci je zaměřen na kvantitativní analýzu nefinančního reportingu významných aspektů environmentální oblasti společenské odpovědnosti podniků chemického průmyslu. Za tímto účelem byl stanoven dílčí cíl, a to zpracování obsahové analýzy webových stránek podniků, na kterých jsou zjišťovány informace, které jak dobrovolně, tak povinně společnost vykazují o problematice společensky odpovědného chování a o čem konkrétně podniky reportují. Zároveň jako

doplň ní tohoto kvantitativního výzkumu byl stanoven další cíl, a to v podobě kvalitativní analýzy environmentálního reportingu ve vybraném výrobním chemickém podniku.

# 1 SPOLE ENSKÁ ODPOV DNOST PODNIK (CSR)

Název společenská odpovědnost podnik vychází z anglického překladu pojmu šCorporate Social Responsibility. Z tohoto pojmu byla vytvořena i běžně užívaná zkratka, a to CSR. Koncept společenské odpovědnosti firem zasahuje již do starověku, avšak moderní pojetí této koncepce se datuje od 70. let 20. století. Dynamika a oblíbenost konceptu CSR se vzápětí v 80. a 90. letech 20. století rozšířila natolik, že organizace začaly vytvářet vlastní etické kodexy a celé programy související s odpovědným podnikáním. Díky negativním vlivům celosvětově fungující ekonomiky nadále vzrůstá zájem veřejnosti a médií o toto téma. Předmětem zájmu je například formování životního stylu spotřebitelů, odpovědnost firem v chování a jednání vůči dodavatelům a odběratelům i odpovědnost na trhu práce nebo v oblasti zmírňování dopadů podnikových činností na životní prostředí. Pro firmy pak může být výhodné z hlediska budování důvěry informovat své zainteresované strany o aspektech i dopadech svých podnikových činností na okolí a o svých společensky odpovědných aktivitách. (Zadrazilová a kolektiv, 2010, str. 1)

## 1.1 Definice a principy CSR

Roku 1979 navrhl Carroll, významný teoretik na poli CSR, definici společenské odpovědnosti pomocí čtyř základních oblastí CSR, a to oblasti ekonomické odpovědnosti, zákonné (legální) odpovědnosti, etické odpovědnosti a odpovědnosti dobrovolné. Společenská odpovědnost firem se poté velmi rychle vyvíjela a zažila skutečný rozmach. (Kunz, Ferencová, Hronová, Singer, 2015, str. 92)

Dle organizace World Business Council for Sustainable Development, je CSR definována následovně: šCSR je kontinuální závazek podnik chovat se eticky, přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku. (Pavlík a Bělík, 2010, str. 19)

Evropská unie vymezila pojem CSR v Zelené knize EU (2001) jako šdobrovolné integrování sociálních a ekonomických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholdery (Hercegová, Tmejkal, 2006).

Mezinárodní organizace Business for Social Responsibility definuje CSR jako šíření obchodní činnosti takovým způsobem, který naplňuje i přerádu etická, právní, komerční a společenská očekávání od byznysu (Kotler, Lee, 2005, str. 3).

Podle Steinerové (2008, str. 4) lze společenskou odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility či CSR) definovat jako dobrovolný slib podniků chovat se v rámci svého podnikání a fungování odpovědně k okolnímu prostředí i společnosti, ve které působí.

V současné době existuje mnoho různých definic společenské odpovědnosti organizací. Společenská odpovědnost organizací nemá jasné vymezené hranice. Podniky k ní přistupují dobrovolně, chápána a interpretována je ve věcnosti i podnikateli velmi odlišně, což je dle Kunze možným důvodem, proč zatím nemá jasné vymezenou hranici a definici. I přes takto široké chápání pojmu CSR, se v těchto definicích shoduje v několika charakteristikách. (Kunz, 2012, str. 14) Odpovědná firma je charakterizována tím, že dobrovolně podniká v souladu s etickými principy, podporuje vztahy a partnerství mezi svými obchodními partnery, zároveň se stará o své zaměstnance, podporuje určitý region, ve kterém se nachází a který ovlivňuje a omezuje negativní vlivy a dopady své činnosti na životní prostředí. Firmy se aktivním způsobem zapojují do spolupráce a komunikace se svými zainteresovanými skupinami, jako jsou vlastníci, investoři, zaměstnanci, zákazníci, obchodní partneři, místní komunity a mnoho dalších. V širším pojetí pak můžeme mezi tyto skupiny zařadit i konkurenci, zástupce státní správy, média, odbory i širokou veřejnost. (Steinerová, 2008, str. 12)

Standard pro zajištění odpovědného chování u organizací je celá řada, nevládní neziskovou organizací Social Accountability International vedla snaha o důvěryhodnost obchodního partnera z pohledu společenské odpovědnosti k vytvoření standardu označeného jako SA 8000, který je založen na podobném principu jako normy ISO 9000 a 14000. Standard SA 8000 by měl napomáhat podnikům k zavádění a následné certifikaci manažerského systému zaměřeného na společenskou odpovědnost, vychází z konvencí Mezinárodní organizace práce, svétové deklarace lidských práv a konvence o právech dětí. Dále jsou ve standardu obsaženy požadavky mezinárodně uznávaného pracovního práva a požadavky obsažené v ISO 9001 a 14001, které vytvářejí podmínky pro neustálé zlepšování. Standard má devět tematických okruhů, které by měly společensky odpovědný podnik respektovat a řídit se jimi. Mezi ně patří například dtská

práce, nucená práce, zdraví a bezpečnost, diskriminace a disciplína pracovníků, odměna za práci a řízení organizace dle manažerských systémů. (Dytrt, 2006, str. 105)

V roce 2010 vytvořilo mnoho odborníků z různých oblastí mezinárodní normu ISO 26000. Norma ISO 26000 poskytuje spíše návod než požadavky, vyjasňuje, co je společenská odpovědnost podniků a pomáhá společnostem v úinných akcích a sdílí osvědčené postupy týkající se společenské odpovědnosti na celém světě. Norma je zaměřena na všechny typy organizací bez ohledu na podnikovou úinnost organizací, jejich velikost a umístění. Norma 26000 má mezinárodní charakter, byla vyvinuta za spolupráce asi 500 odborníků z více než 90 zemí a 40 mezinárodních úiroce zaměřených společností zapojených do různých aspektů společenské odpovědnosti podniku. (ISO, 2017) Tato norma doporučuje způsoby, jakými společnosti dosahují společenské odpovědnosti a udržitelného rozvoje<sup>1</sup> v rámci svého okolí. Podniky by se měly snažit zapojit všechny zúčastněné strany do komunikace, spolupráce a formování sociální odpovědné politiky. Součástí normy jsou také požadavky na ochranu zdraví a bezpečnosti, dále se norma vnuje i ochranu životního prostředí, etickým praktikám a dalším zásadám pro dosažení udržitelného rozvoje podniků. (United Registrar of systems, 2015)

## 1.2 Základní pilíře CSR

Jak již bylo zmíněno výše, společenská odpovědnost podniků má velmi široký záběr aktivit. Aktivity spojené se společenskou odpovědností jsou v současné době nejčastěji rozdělovány do těchto základních oblastí a to na ekonomickou, environmentální a sociální oblast společenské odpovědnosti podniku. Tyto základní oblasti neboli i základní pilíře CSR, jsou v odborné literatuře uváděny pod označením triple-bottom-line neboli 3P. (Pavlík a Bělík, 2010, str. 25) CSR tak stojí v podstatě na podobných pilířích jako udržitelný rozvoj (Sedláková, 2011, str. 6).

Společensky odpovědná firma, by se měla vnovat všem těmto oblastem dle potřeby. Ekonomická, sociální i environmentální oblast společenské odpovědnosti jsou mezi sebou provázány, vzájemně se doplňují a ovlivňují. Zájmy podniků, jako je dlouhodobé zvyšování zisku, by neměly fungovat na úkor těchto základních zájmů a principů CSR.

---

<sup>1</sup>Dle zákona o životním prostředí je trvale udržitelný rozvoj definován jako šťakový rozvoj, který současným i budoucím generacím zachovává možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby a přitom nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů (par. 6, zák. 17/1992)

Každý podnik se liší svou podnikatelskou činností a svým přístupem k okolnímu světu, proto se také témata a požadavky CSR musí přizpůsobit a reagovat na vzniklé změny a navýšit nároky společnosti. Změny mohou vyplývat například z legislativních změn a morálních a etických pravidel celé společnosti. (Koubská a Hralová, 2006, str. 4)

Na následujícím obrázku, jsou znázorněny základní témata zájmu v jednotlivých

ENVIRONMENTÁLNÍ	SOCIÁLNÍ	EKONOMICKÁ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materiálová spotřeba</li> <li>• Spotřeba vody</li> <li>• Spotřeba energie</li> <li>• Záběr půdy</li> <li>• Emise a odpady</li> <li>• Hluk</li> <li>• Biologická rozmanitost</li> <li>• Doprava</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zdraví a bezpečnost práce</li> <li>• Rozmanitost práce</li> <li>• Soulad pracovního a osobního života</li> <li>• Pracovní podmínky</li> <li>• Dětská práce</li> <li>• Vzdělávání a profesní růst</li> <li>• Bezpečnost a zdraví spotřebitelů</li> <li>• Dopad na místní komunitu</li> <li>• Firemní filantropie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekonomická výkonnost</li> <li>• Investiční politika</li> <li>• Řízení firmy</li> <li>• Odměňování managementu a zaměstnanců</li> <li>• Odvody daní</li> <li>• Státní podpora</li> <li>• Korupce a úplatkářství</li> <li>• Střety zájmů</li> <li>• Ochrana autorských práv</li> <li>• Politické působení a lobbying</li> </ul>

oblastech CSR.

Obrázek 1: Příklady aspektů jednotlivých oblastí společenské odpovědnosti organizací (Koubská a Hralová, 2006, str. 9)

### Ekonomická oblast (Profit)

Ekonomická oblast CSR klade důraz na správné propojení významných cílů podniku, jako je dlouhodobé zvýšení tržní hodnoty podniku, i přímého zisku se základními principy CSR. Pokud firma prosperuje, může získat volné finanční zdroje pro realizaci společenských aktivit. Podnikové činnosti by měly být vedeny v rámci etického chování, jehož součástí je i vyhýbání se korupci a nelegální činnosti. Správné způsoby správy a řízení podniku by měly být uplatňovány s ohledem na tvořivost, spolehlivost a flexibilitu jak společnosti, tak svých zaměstnanců. Podniky by měly například dodržovat sjednané podmínky při objednávkách a případné reklamace vyřizovat bez zbytečného odkladu. Významnou roli hraje transparentnost podnikových činností a poskytování

úplných a v rozhodných informací. Čím více detailů v rozhodných informací o sobě podnik sděluje, tím se stává pro zainteresované skupiny zajímavějším. (Kunz, 2012, str. 21)

### **Sociální oblast (People)**

Sociální oblast je zaměřena především na zaměstnance firmy, na pracovní podmínky a na to, jakým způsobem firma o své zaměstnance pečuje. Každý jednotlivý motivovaný a spokojený pracovník přispívá k úspěchu celé firmy. Proto by podnik své zaměstnance neměl zanedbávat. Spokojený zaměstnanec pak může podniku přinést řadu výhod, jako například vynikající pověst o dobrém zaměstnavateli, vyšší loajalitu pracovníků a tím i zvýšení jejich výkonnosti. Důležité je, aby firma vytvářela vhodné podmínky pro své pracovníky i s ohledem na jejich osobní život, zvyšovala jejich kvalifikaci například pomocí dalšího doplňujícího vzdělávání nebo poskytovala pomoc při rekvalifikaci. Zajištění lidských práv, přiměřeného ohodnocení a bezpečnosti práce s péčí o zdraví pracovníků by mělo být jistou samozřejmostí. V sociální oblasti společnosti podnik by dále neměl chybět ani zájem o okolní komunity a obce. Společensky odpovědný podnik v této oblasti by měl s místními komunitami spolupracovat a řádně komunikovat, poskytovat informace o novinkách, stavu a vývoji okolního prostředí, vlivu podnikových činností na okolí, i komunikovat s místními komunitami i při řešení nepříjemných záležitostí jako může být například havárie či problém ovlivňující obě strany. (Kunz, 2012, str. 22)

### **Environmentální oblast (Planet)**

Již v druhé polovině minulého století se začal zvyšovat zájem o odpovědnost organizací v environmentální oblasti. V oblasti ochrany životního prostředí jsou na podniky kladeny čím dál vyšší legislativní nároky a zároveň vzrůstá zájem o dopady podnikové činnosti na životní prostředí. Zvyšující zájem se projevuje i u organizací bojujících proti znečištění ovzduší a ostatních domén životního prostředí a dále narůstá množství otázek u široké veřejnosti. Vzhledem k zaměření mé diplomové práce je blíže environmentální oblasti společnosti odpovědnosti podnik v nově přibývající pozornost v kapitole 2.

Věchny tyto oblasti společenské odpovědnosti jsou důležité pro správný chod podniku a jeho úspěch. Rozsah některých činností v jednotlivých oblastech se může

prolínat nap í více pilí i, zejména innosti v ekonomické a sociální oblasti se asto shodují a ovliv ují. Nap íklad firemní filantropii, korupci a úplatká ství lze za adit do více pilí .(Koubská a Hralová, 2006, str. 11)

### 1.3 Výhody a nevýhody zavedení princip CSR do ízení podnikových inností

Implementace CSR m fle dle odborné literatury p ínést podniku mnohé výhody. Uvést lze nap íklad zvý-ení hodnoty nehmotných aktiv, jako je firemní dobrá pov st, posílení zna ky firmy, ale také posílení vztah a d v ry mezi zam stnanci a v partnerství s dal-ími zainteresovanými skupinami. Zpracované principy a koncept CSR do podnikových inností napomáhají podnik m motivovat své zam stnance, ovliv ují nákupní chování spot ebitel i podporují partnerství a vztahy s dodavateli. Zavedení princip CSR m fle vést i k úsporám náklad nap íklad v souvislosti s nízkou fluktuací p íjímání nových zam stnanc . Dal-í výhodou m fle být i zvý-ení hodnoty podniku pro akcioná e. Ufl p ed rokem 2000vzrostldle pr zkum organizace KPMG (2005) po et lidí, kte í se zajímají o to, zda je podnik spole ensky odpov dný<sup>2</sup>. Informace o tom, zda se podnik chová spole ensky odpov dn , ovliv uje rozhodování spot ebitel p í jejich nákupu zboží i p í hledání spolehlivého zam stnavatele. Ve ejnost ím dál více oce uje u firem zavedení konceptu CSR. Pro podnik se pak zavedení stává výhodou a tím investuje i do svého budoucího úsp chu. Práv koncept CSR m fle podniku pomoci se odli-ít od ostatních firem na dne-ním vysoce konkuren ním trhu. Podniky, které naslouchají svým stakeholder m a jejich zájm m, dokáffí lépe p edvídat a pohotov reagovat na mofné zm ny v dne-ním rychle se m nícím trfním prost edí. Práv pohotová reakce podnik na mofné zm ny má obrovský vliv na úsp -nost. (Steinerová, 2008, str. 4)

Hlavní výhody zavedení konceptu CSR lze shrnout podle Webera do následujících bod  
(Weber, 2008, str. 248)

- pozitivní vliv na firemní image a pov st (zna ku);
- pozitivní vliv na motivaci zam stnanc , jejich udržení a nábor;

---

<sup>2</sup> Dle pr zkumu KPMG International z roku 2005 v západní Evrop afl 70% spot ebitel vybírá zboží podle pov sti podniku a 44% zákazník je ochotno více zaplatit za výrobek, který je ekologicky -etný.



- snižování a úspora nákladů vlivem lepších vztahů se zainteresovanými stranami a lepšího přístupu ke kapitálu;
- získání více investorů (nové obchodní příležitosti);
- přilákání více zákazníků a jejich udržení;
- zvýšení příjmů z vyšších tržeb a podílu na trhu;
- zlepšení řízení rizik nejen spojených se sociální odpovědností, zamezení negativních a nepravdivých zpráv v tisku.

Podle Koubské a Hralové (2006) neexistence pravidel společenské odpovědnosti v podniku, může v budoucnosti představovat řada rizika:

- vyšší náklady na pořízení kapitálu a jeho pojištění;
- poškození image firmy, při zveřejnění případné negativní informace v médiích a izolování spotřebitelů, flakoby a kampaní aktivistů;
- pokuty za porušení předpisů, zvýšení kontrol ze strany úřadů a tím navýšení nákladů na dosažení souladu s legislativou;
- rychlé vyerpání inovací, zajímavých kontaktů a konkurenčních výhod;
- problémy se snížením hodnoty akcií, neúspěšné úasti ve veřejných soutěžích a neschopnost přilákat investory;
- ztráta zákazníků o nevyhovující dnešním zvyklým se požadavkům společnosti na kvalitu a bezpečnost výrobků a služeb;
- zvyšování nákladů na provozní činnosti podniku a následná neefektivnost řízení celého podniku;
- rostoucí náklady na zaměstnance, jejich nízká motivace a pracovní morálka;
- zhoršení vztahů se zainteresovanými subjekty;
- nevyhovující kontrola kvality a tím způsobená ztráta dlouhodobé stability.

(Koubská a Hralová, 2006, str. 23)

### Hlavní nevýhody zavedení konceptu CSR

Během svého vývoje si společenská odpovědnost získala řadu příznivců i odpůrců. Známým odpůrcem je i Milton Friedman, nositel Nobelovy ceny za ekonomii (1976) a zastánce liberální ekonomie. Za svůj život vydal mnoho knih a příspěvků, ve kterých koncept CSR a jeho zastánce kritizuje. Známy kritik v roce 1970 pronesl svůj památný výrok, že: „Jedinou společenskou odpovědností firmy je navyšování zisku.“ Zastával názor, že firma by se měla věnovat pouze svému hlavnímu cíli, kterým je maximalizace zisku, ze kterého by měli mít prospěch zejména vlastníci, ve formě odměny za riziko, jež podstupují. (Kunz, 2012, str. 40) Dyrtr (2015) však poukazuje na skutečnost, že podle ekonomů Miltona Friedmana jde o otázku úrovně myšlení a chování a že známá věta „Business for business is doing business only“ byla pochopena u řady lidí zcela mylně. Friedman touto větví nechtěl říci, že správná je jakákoliv činnost, která firmě zvýší zisk, i když by byla neetická. Rozhodně prohlašoval, že honba za ziskem společnosti by neměla být nespoutaná. Tvrdí, že aktivity podniku musí být omezeny zákonem, firmy by se měly vyhnout podvodu, zneužití a splňovat etické zásady. Právě tyto parametry zcela přesně vymezují obsah etického managementu a podnikání. Firmy by měly splňovat smluvně dané povinnosti, nezkrášlovat kvalitu nabízených výrobků a služeb, nezastírat předstupy zaměstnanců a přesně informovat o své finanční výkonnosti. (Dyrtr, 2015, str. 31)

#### **1.4 Reporting společenské odpovědnosti firmy jako součást podnikového reportingu**

Podnikový reporting představuje komplexní systém vnitropodnikových výkazů a zpráv, který sjednocuje informace jak pro řízení podniku jako celku, tak pro řízení jednotlivých organizačních jednotek. Zároveň se poskytovat výkazy a zprávy o aktivitách společenské odpovědnosti podniku, nebo s rostoucím zájmem o společensky odpovědné chování organizací roste i potřeba informovat veřejnost a další zainteresované skupiny o zaměření a úrovni společensky odpovědného chování daného podniku. Kašparová a Kunz, kteří se detailněji zabývají moderními přístupy k CSR, definují **reportování o společenské odpovědnosti podnik** jako: **špecifický proces komunikování sociálních a environmentálních dopadů způsobených hospodářskou činností podniku určitým zájmovým skupinám a společnosti jako celku**. Samotný podnik tak dobrovolně poskytuje informace o aspektech a dopadech své podnikové činnosti a svém přístupu v oblastech společenské odpovědnosti například jak k místním komunitám, tak

k flivotnímu prost edí apod. Vzhledem k vymezení CSR pomocí triple bottom line lze i témata v CSR reportech rozdlit do sociální, environmentální a ekonomické oblasti. (Ka-parová a Kunz, 2013, str. 59)

#### 1.4.1 Postup tvorby podnikového reportingu

Pokud má spole nost zájem o vytvá ení kvalitních report , je d leflit nejprve zjistit jeho pravý **význam, smysl a cíl**. V prvním kroku je tedy mimo jiné d leflit **identifikovat uřivatele**, pro které je výkaz ur en a analyzovat jejich požadavky a pot eby z hlediska obsahu výkazu, jeho formy i asu poskytovaných informací. Obsah jednotlivých výkaz by se m l odli-it nap . dle pot eb uřivatel interních a externích. (Fibírová, Těljaková, 2010, str. 11)

**Interní uřivatelé** reportu jsou takoví uřivatelé, kte í mají v t-inou n jakou rozhodovací pravomoc nebo zodpov dnost za ur ité výsledky inností podniku. Uřivatelé jsou tedy p edev-ím manaře i na r zných stupních podnikového a vnitropodnikového ízení nebo také vlastníci podniku. Pro ú ely ízení podniku mohou být výsledky jednotlivých inností podniku podrobn ji sledovány v nejr zn-jích pr ezech. Fibírová a Těljaková (2010, str. 10) tyto základní pr ezy lení dle skupin a druh výkonu, dle tým í st edisek a dále podle zákaznických skupin. Základní pr ezy dle zákaznických skupin mohou být p i zohledn ní dal-ích zainteresovaných stran dále len ny dle jednotlivých skupin stakeholder . Vytvo eny by tak m ly být výkazy na v-ech základních úrovních a pr ezech ízení. Cílem je vytvo it ucelený systém **interního reportingu** výkonnosti podnikových inností, které jsou významné pro jejich ízení vedoucí k napl ování podnikových cíl . Podnik se tak m fl vyvarovat zásadních chyb, které by mohly mít fatální následky pro celý podnik. Nedílnou sou ástí vnitropodnikového reportingu jsou i tzv. notes neboli poznámky, které p edstavují r zné komentá e a zd vodn ní, která jsou d leflitá pro hodnocení dosaženého vývoje a p íjetí ú inných opat ení. V mnoha firmách bývá zvykem, fl v rámci podniku by kařdý ídící pracovník m l mít p ístup pouze k takovým informacím z report , které svou inností m fl ovlivnit. Pouze vrcholový management pak má p ístup ke kompletnímu systému pot ebných informací. (Fibírová a Těljaková, 2010, str. 11)

**Externí uřivatelé** stojí mimo podnik a získávají informace pouze o tom, co sám daný podnik uve ejní. T mto uřivatel m je ur en **externí reporting**. Mezi externí výkazy

patí především povinné externí výkazy finančního účetnictví, dále reporty o vlivu podnikových činností na životní prostředí a další CSR reporty. Uživateli externích reportů mohou být také zaměstnanci společnosti. Ti jsou informováni zejména o mzdové politice, sociálním zajištění, o materiální vybavenosti podniku i o ústupu k vzdělávání zaměstnanců. Dalšími externími uživateli jsou spolupracující organizace, mezi které patří dodavatelé, odběratelé i banky jako věřitelé. Mezi uživatele reportů samozřejmě patří i státní orgány, jako je finanční úřad, úřad práce, hygienická stanice a na poli životního prostředí se jedná například o inspekci práce. S těmito reporty pak souvisí i reporty určené orgánům zastupitelským, veřejné správy i krajským úřadům. Významným externím uživatelem je široká veřejnost a společenské organizace, které jsou činnostmi podniku ovlivňovány nebo které podnik ovlivňuje. (Fibířová a Těšáková, 2010, str. 12)

Dalším důležitým krokem při navrhování a implementaci reportingu je **volba vhodné formy výkazu**. Rozhodnout je třeba, zda bude využita tištěná forma nebo elektronická forma, která v dnešní době u CSR reportů spíše převládá anebo kombinace obou forem. Při rozhodování o formě výkazu je důležité brát v úvahu opět pro koho je daný report i výkaz určen. Doporučuje se, aby zveřejňované reporty měly navržený jednotný design, který se nebude příliš měnit. (Fibířová a Těšáková, 2010, str. 11)

Při vytváření systému podnikového reportingu a **navrhování jeho postupu** může podnik využít vlastních zkušeností, obrátit se na externí firmu nebo například využít doporučených postupů pro reportování organizace Global Reporting Initiative (GRI).

Dalším krokem je **distribuce reportů**. Měly by být odděleny výkazy s různými informacemi od ostatních výkazů a na základě stupně důležitosti výkazu zvolit nejvhodnější distribuční cestu. K volbě distribuce pak patří i zajištění ochrany údajů v reportech po dobu přepravy i jejich odeslání a zajištění doručení uživateli, kterému náleží. Správný systém reportování v podniku by měl také **využívat zpětné vazby** od adresátů, zjistit, jak předložené reporty využívají a vzít patřičně v úvahu jejich připomínky a náměty ke zlepšení celého systému reportingu. Neustálé zlepšování jakýchkoliv aktivit v podniku vede ke zvýšení úspěchu v podnikání (Fibířová a Těšáková, 2010, str. 11).

Jak již bylo zmíněno reporting je důležitým nástrojem komunikace podniku. Komunikace jak s externími, tak interními uživateli a budování povědomí o podniku mohou být realizovány různými způsoby a v neposlední řadě je tedy třeba zvolit vhodné

zpřesnění komunikace podnikových reportů. Patří sem například komunikace prostřednictvím webových stránek, různých brožur, letáků, podnikových informačních novin, intranetu a firemních informačních nástrojů. Dále může podnik do své činnosti zahrnout i pořádání prezentací o CSR na akcích pro zaměstnance, zákazníky i obchodní partnery. Možnost komplexního podání informací lze spatřovat ve využití výročních zpráv podniku nebo samostatných CSR zpráv. (Kunz, Ferencová, Hronová, Singer, 2015, str. 93)

#### 1.4.2 Standardy pro reportování organizace GRI

GRI poskytuje své nejrozšířenější standardy, které se týkají reportingu o udržitelném rozvoji, poskytují rady a návody, jak správně vytvářet a zveřejňovat reporty o dané problematice. GRI standardy jsou globálně fungující osvědčené postupy, dle kterých by reporty měly obsahovat takové informace, aby se na základě reportů podniky, vláda i další organizace mohly co nejlépe rozhodovat o klíčových aktivitách, které souvisí s podporou udržitelného rozvoje a lepší budoucností pro celou společnost. GRI standardy představují široce uznávaný koncept a dle vytyčeného rámce dle kterého podniky mohou poskytovat informace.

V květnu v roce 2013 zveřejnila organizace GRI čtvrtou generaci pokynů s podtitulem *G4 Sustainability Reporting Guidelines*, podle které mohou organizace zveřejňovat své důležité dopady - ať už pozitivní nebo negativní - na životní prostředí, společnost i hospodářství. Organizace by měly vytvářet spolehlivé, relevantní a standardizované informace, s jejichž pomocí lze hodnotit příležitosti i rizika a podklady využít pro rozhodování. G4 je navrženo tak, aby byly pokyny univerzálně použity pro všechny typy a sektory organizací, velkých i malých podniků po celém světě. (GRI, 2013)

Fernandez-Feijoo vnímá standardy G4 jako propracovanější, s důrazem na zveřejňování informací o etice, integritě společnosti, dodavatelském etickém zajištění, boji proti korupci a emisím skleníkových plynů. Použití těchto pokynů GRI neustále roste. (Feijoo, Romero, Ruiz, 2014, str. 245)

Podle GRI je **kvalita zpracování zveřejňovaných reportů** velmi důležitá. Pro posílení důvěryhodnosti reportů existují **systémy vnitřní kontroly**, včetně funkcí interního auditu, které jsou důležité pro celkovou úplnost podávaných informací. GRI doporučuje zajišťovat kvalitu reportů také z vnějších zdrojů. **Externí ověření kvality** může podnik provádět s pomocí služeb profesionálních subjektů nebo s využitím porotců, kteří jsou

slofeni ze zástupců zainteresovaných skupin a dalších externích skupin. Takovou slibbu pro společnost by měli zajišťovat skupiny nebo jedinci, kteří se řídí profesními standardy kvality. Společnost by pak měla uveřejnit informace o svém přístupu k externímu ověření kvality zprávy. GRI pod pojmem externí ověření označuje takové aktivity, jejichž výsledkem je publikovaný závěr o kvalitě uveřejněného reportu a informací v něm. (G3-Sustainability Reporting Guidelines, 2006, str. 39-40).

Podle Reportingového rámce GRI ó G3 Guidelines (2006) platí, že externí ověření kvality reportu musí provést a splňovat následující podmínky:

- Kontrola kvality by měla být prováděna skupinami nebo jedinci, kteří jsou prokazatelně kompetentní provádět ověření kvality a inicit hodnotné závěry v příslušné oblasti.
- Zhodnotit, zda zveřejovaný report poskytuje přiměřenou a vyrovnanou prezentaci daného výkonu, obzvláště s ohledem na věrohodnost poskytovaných informací a na celkovou volbu témat.
- Ověření kvality by měli provádět skupiny i jednotlivci, kteří nemají vztah k reportující společnosti nebo k jejím zainteresovaným skupinám, a tak jsou schopni podat objektivní a nezávislý posudek o kvalitě publikovaného reportu.
- Skupina i jedinec, který ověřuje kvalitu reportu, by měl dále zhodnotit, do jaké míry se autor reportu při jeho vytváření řídil Reportovaným rámcem GRI, včetně zásad pro reportování.
- Výsledky z ověření kvality by měly být prezentovány v názorech i v sériích závěrů, které jsou veřejně přístupné v písemné podobě a obsahují prohlášení o vztahu kontrolujícího subjektu k reportující společnosti.

Na závěr je třeba upozornit na agregaci zveřejovaných informací. Agregace dat může vést k výrazné ztrátě hodnoty dané informace a také může zkreslit jinak jasně viditelné, slabé nebo silné výsledky v individuální oblasti. Na stranu druhou zbytečně detailní poskytovaná data mohou ovlivnit míru souhrnného porozumění zveřejovaných informací. Reportující firma by měla s pomocí zásad a pokynů pro reportování jednotlivých ukazatelů zvolit vhodnou míru detailnosti publikovaných informací. Detailnost se pak může výrazně lišit v návaznosti na jednotlivé ukazatele, ale v obecně

platí, že více detailních informací má větší vypovídající hodnotu než jeden agregovaný údaj. (G3-Sustainability Reporting Guidelines, 2006, str. 39)

#### 1.4.3 Význam CSR reportingu

Komunikace aktivit společenské odpovědnosti firem je kritickou částí efektivního fungování CSR. V rámci komunikace aktivit CSR roste význam zveřejňování podnikových nefinančních zpráv obsahujících informace nad rámec povinně zveřejňovaných finančních výročních zpráv. Jak uvádí Jelínková a kol. (2016) jedním ze způsobů komunikace CSR aktivit podniku je zveřejňování pravidelných výročních zpráv o CSR, které se mohou stát prvotním podnětem pro dialog a navázání kontaktu se zainteresovanými osobami (Jelínková, Munzarová, Ložáková, 2016, str. 1831).

Pokud bude podnik dodržovat výše zmíněné zásady reportování a stále tento systém zlepšovat, je možné vybudovat takový systém reportingu, který bude účelným nástrojem jak pro kvalitní řízení podniku, tak i pro budování dobrých vztahů k obchodním partnerům, zaměstnancům i státním orgánům a dalšími klíčovými zainteresovanými skupinám (Fibířová, Těšáková, 2010, str. 11). Takové výhody mají primárně nefinanční charakter a projevují se nejprve s odstupem času, nicméně v konečném důsledku se mohou projevit ve finančních přínosech pro podnik (Konya, 2014, str. 24). Podobně Bortree (2014) vnímá význam komunikace CSR aktivit do budoucna a to ve skutečnosti, že může vést k posílení vztahů jak v podniku, tak s veřejností. Poukazuje na to, že postupem času se komunikace CSR vyvinula od jednosměrné, která podávala pouze základní informace, ke komunikaci obousměrné, která se jí snažila zapojit i příjemce zpráv a počítala od nich s určitou vazbou, na kterou podnik mohl dále reagovat. Další důležitým bodem je komunikaci o CSR aktivitách posunout na celosvětovou úroveň. Zatím se komunikace sleduje jen v jedné kultuře nebo zemi, budoucí studie budou muset mapovat uplatňování CSR a rozdíly v komunikaci CSR i přes hranice jednotlivých zemí. Pro podniky je významné hlouběji porozumět globálnímu sdělení společenské odpovědnosti. CSR komunikace se liší u jednotlivých podniků zejména jejich zaměřením v oboru podnikání, a tak se rodí i otázka, jakým způsobem budou programy CSR vytvářeny, realizovány a sdělovány dál. (Bortree, 2014, str. 3)

## 2 ENVIRONMENTÁLNÍ OBLAST SPOLEČNOSTI ODPOVĚDNOSTI PODNIKU

Prudký rozvoj společnosti v posledních desetiletích sebou nese prokazatelné negativní dopady na životní prostředí, jehož ochrana se tak stala aktuálním globálním problémem. Rychle rostoucí hospodářský vývoj v uplynulém století vedl k prudkému rozvoji lidské společnosti, a to má za následek i značné ekologické škody, které by mohly výrazně ohrozit i existenci budoucí lidské populace. Lidská populace je součástí biosféry a je tak odkázána na přírodní zdroje a životní prostředí, ve kterém žije. Avšak aktivity spojené s negativními dopady na životní prostředí nemají jen lokální a národní rámec, ale důsledky těchto aktivit sahají mnohdy daleko za národní hranice. Jako příklad lze uvést podnikové emise, vlivy na ozonovou vrstvu a také znečištění vodních toků. Ochrana životního prostředí (ŽP) díky nadnárodnímu významu bude stále více pod mezinárodním tlakem a kontrolou. Pro efektivní dosažení požadovaných výsledků v rámci ochrany ŽP je výhodnější než zaměřit se na hodnocení konečných výsledků, uplatnit příslušné postupy již na začátku celopodnikových manažerských aktivit. (Veber, 2004, str. 5)

Již od konce minulého století tak environmentální odpovědnost firem získává na své popularitě. Pozornost je jí věnována nejen u výrobních podniků například s chemickou výrobou, ale i u ostatních (nevýrobních) podniků. Je třeba si uvědomit, že environmentální odpovědnost není uplatňována jen uvnitř podniku, ale také směrem k vnějšku prostředí a okolí firmy. V rámci pozitivních aktivit, které firma zavádí, s cílem zvýšit ochrany životního prostředí, vzniká především jako reakce na vládní nařízení a regulace. Dle Aydin a Morefielda (2008) bylo mezi roky 1970 a 1990 vydáno více než 50 000 environmentálních zákonů na celostátní, státní i místní úrovni (Kunz, 2012, str. 24). Každý podnik by se měl snažit negativní dopady své činnosti na životní prostředí co nejvíce eliminovat a to již u jejich vzniku tím, že promyšleně a záměrně bude své podnikatelské aktivity provádět s ohledem na ochranu životního prostředí. S environmentální odpovědností jistě souvisí i pravdivé a otevřené informování široké veřejnosti, jak o pozitivních přístupech podniku k životnímu prostředí, tak i o jakýchkoli negativních aspektech a dopadech činnosti podniku. Významnou roli environmentální odpovědnosti podniků tak sehrávají podniková environmentální komunikace a reporting.



## 2.1 Aktivity environmentální oblasti společenské odpovědnosti podnik

V oblasti ochrany životního prostředí působí na podniky vysokou měrou státní legislativa, kterou se státní správa snaží prosazovat zájmy o ochranu fiP. K tomu využívá různé nástroje státní politiky fiP, kterými na podniky působí. V rámci státní politiky fiP jsou využívány nástroje primární regulace, mezi které máme zařadit zákon a na navažujících předpis, které se trvale v oblasti ochrany životního prostředí uplatňují. Nástroje primární regulace lze rozdělit na obecné zákony a na specifické environmentální požadavky, které vyplývají z technických norem a mohou se vztahovat k průmyslovému výrobku nebo službě. (Veber, 2004, str. 9)

Vedle primárních nástrojů jsou v rámci státní politiky fiP využívány také nástroje sekundární regulace. Hlavním sekundárním nástrojem jsou poplatky a daně, které podnik musí zaplatit, pokud překročí určitých limitů nebo nesouladu se státními požadavky. V nichž případech naopak máme pomoci i stimulační opatření směřující k omezení nebo zlepšení vlivu na životní prostředí.

Mezi ostatní nástroje státní politiky fiP patří například nástroje informační (realizace Integrovaného registru znečištění), i nástroje výchovně vzdělávacího charakteru i podpora dobrovolných nástrojů například podpora zavádění managementu ochrany životního prostředí v organizacích, i podpora označování ekologicky šetrných výrobků, včetně podpory prodeje výrobků, které jsou pro životní prostředí šetrnější apod. (Veber, 2004, str. 10)

Na podnikové úrovni je environmentální oblast společenské odpovědnosti zaměřena jednak na zajištění souladu s environmentální legislativou (Tetevová, 2017, str. 77) a dále zejména na následující činnosti tak, jak je vyjmenovává například Kunz (2012, str. 24):

- Zavedení systému environmentálního managementu (EMS) v souladu s mezinárodními a národními standardy, do kterých řadíme zejména normy ISO 14000, EMAS a další. Podniky vytvářejí environmentální politiku podniku, která respektuje zásady šetrného chování podniku v životním prostředí.
- Zavedení systému monitorování vlivu podnikových činností na životní prostředí a následné vyhodnocování environmentální výkonnosti firmy.

- Účinné zacházení s přírodními zdroji – například omezování spotřeby surovin, energie a vody, minimální uvolňování fosilních paliv a snaha o využívání alternativních obnovitelných zdrojů energie.
- Zavedení ekologicky účinné výroby, produktů a služeb, a to například v souladu s nejlepšími dostupnými technologiemi.
- Při procesu výběru dodavatele a subdodavatele je zohledněna jejich environmentální politika.
- Omezování dopravního zatížení v okolí podniku.
- Dodržování bezpečnostních zásad při manipulaci s rizikovými látkami.
- Zavedení postupů třídění a recyklace odpadů.
- Dodržování zásad Odpovědného podnikání v chemii – Responsible Care, kam může být zahrnuto označování, balení, vytváření bezpečnostních listů, environmentální komunikace a reporting kladných i záporných efektů podnikové činnosti.

Koubská a Hralová (2006) uvádí, že tlak na zlepšení environmentálního chování firem začíná v posledních letech působit i na jiné podnikatelské sektory, například na administrativní sektor, na sektor logistický a další. Například administrativní sektor provozuje řadu budov, které poskytují velké prostory pro energetické úspory, třídění a recyklaci odpadů. Vzhledem k velkému počtu administrativních a provozních center by i malé snížení negativních environmentálních dopadů jednotlivců mohlo vést k obrovskému snížení zátěže na životní prostředí. Specifické postavení mohou mít i společnosti, které mají pouze zprostředkovaný dopad na životní prostředí, takovými institucemi jsou například banky, které mohou svými investicemi ovlivnit úspěšnost i zavedení určitého projektu. Banky by v budoucnu mohly být morálně zodpovědné za projekty, které by podpořily úvěrem i jiným typem financování. S tím souvisí prověření jednotlivých projektů firem, zda jsou jejich environmentální dopady v souladu s legislativou i povolenými předpisy a zda jdou dobrovolně nad rámec povinných pravidel v oblasti životního prostředí. (Koubská a Hralová, 2006, str. 10)

Odpovědné chování v rámci chemického průmyslu je zvláště významné a důležitější v environmentální oblasti. Chemické látky mohou představovat zvýšené riziko pro životní

prostředí. Významný vliv na podnikové činnosti podnik chemického průmyslu mají zejména povinnosti vyplývající z legislativy. Zákon v tomto odvětví například upravuje činnosti právnických osob a dalších podnikatelských subjektů, jako je klasifikace a zkoušení vlastností chemických látek, tak je balení a označování i je dovozu a vývozu chemických látek a chemických přípravků. Zvláště a je i opatření pak stanovuje zákon pro nebezpečné chemické látky, které vyžadují i další registraci. Tyto požadavky jsou kladeny jak na výrobce, tak i na distributora. Z hlediska požadavků na balení a označování chemických látek nesmí na obalech chybět tzv. R-vety, tj. standardní vety, které označují specifickou rizikovitost a tzv. S-vety neboli standardní pokyny pro bezpečné zacházení. Osoba, která uvádí na trh nebezpečnou látku nebo přípravek je povinna zajistit vypracování bezpečnostního listu v českém jazyce, který je souhrnem základních identifikačních údajů o výrobcu nebo dovozci, údajů o nebezpečné látce nebo přípravku a dále údajů, které jsou nezbytné pro ochranu zdraví člověka a životního prostředí. (Veber, Hlavová, Pláková, 2010, str. 50)

Uplatnění odpovědného chování v environmentální oblasti je možné aplikovat na vnitřní a vnější úrovni. Jifiž je z povědomého výtvoru činností vyplývá, je z pohledu vnitřní úrovně je firma především zodpovědná za spotřebu energií a vody, třídění a recyklování vzniklých odpadů a například i dodržování zásad je manipulaci s nebezpečnými látkami. Takové chování může vést k nutné reorganizaci společnosti jak ve výrobě, zavádění nových technologií, tak i z pohledu kvalifikace zaměstnanců. Odpovědné chování zaměstnanců by mělo být samozřejmostí. Druhou úrovní aplikace aktivit v environmentální oblasti společenské odpovědnosti je ovlivnění environmentálních dopadů na externí okolí firmy, jako jsou třeba místní komunity. V tomto případě patří mezi významné environmentální aspekty například míra hluku, vzhled okolní krajiny, množství vypouštěných emisí, nepřiměřené vyuffívání jeirodních zdrojů i dopravní jeetření. Zatřívání okolního prostředí emisemi z podnikových činností a velká dopravní zátěž jsou třečetelné aktuální problémy. Pro kontrolu těchto aspektů je třeba vyuffívat kvalitního monitoringu, otevřené komunikace a spolupráce s obcemi, jejich sdruženími a místní samosprávou i dalšími externími zainteresovanými skupinami podniku. Flexibilita a rychlost jeetření těchto problémů je značnou výhodou podniku. Pokud se společnost uzavírá vtahe m se zainteresovanými subjekty, může se sobit nedv ryhodn, a je jejich postoj k ochraně životního prostředí jakýkoliv. (Koubská a Hralová, 2006, str. 10)

## 2.2 Základní principy environmentálního managementu podniku

Vliv na systémovou změnu chování managementu podniku vzhledem k poškození životního prostředí bylo v roce 1987 uplatnění mezinárodních standardů ISO 9000, vedoucí k zavedení systému managementu kvality (QMS - Quality Management System). O deset let později byly na poli environmentálního odpovědnosti podnik zveřejněny standardy ISO 14000, které obsahují postupy pro zavedení a udržování firemních systémů řízení ochrany životního prostředí, známé pod zkratkou EMS - Environmental Management System. (Veber, 2004, str. 5)

### Systém environmentálního managementu - EMS

Podnik zavedením systému EMS začne uje péči o životní prostředí do své podnikatelské strategie i do svého každodenního řízení provozu. Systém EMS obsahuje požadavky a doporučení, která vedou firmu ke správnému řízení celé společnosti s ohledem na životní prostředí, jehož výsledkem je příspěvek k trvalému ekonomickému růstu a prosperitě společnosti. Součástí tím dochází ke snížení nákladů a negativních dopadů na životní prostředí. Podniky pomocí EMS snižují rizika environmentálních havárií, zároveň podnik může zvýšit svoji podnikatelskou důvěryhodnost u investorů i partnerů. V budování této důvěryhodnosti může vyústit potvrzení svého kladného přístupu k životnímu prostředí získáním obchodně využitelné vizitky - certifikát ISO 14000 nebo registrace v programu EMAS. V rámci systému EMS může podnik využívat také různé typy prohlášení, ve kterých v rámci svých podnikových činností dbá na ochranu životního prostředí a je zavazuje při výrobě výrobků i poskytování služeb dopady na životní prostředí. (Cenia, 2012) Díky obrovskému vlivu environmentálních problémů na celý svět je vyvíjena i určitá státní regulace této oblasti a podniky by pak měly vždy tuto legislativu dodržovat a vyhýbat se například pokutám za její nedodržování, třebaže se to krátkodobě může jevit jako ekonomicky výhodnější.

### Zavedení systému EMS dle normy ISO 14001

Norma ISO 14001 - Environmentální management byla vydána v roce 1996 Mezinárodní organizací pro normalizaci neboli International Organization for Standardization - ISO. Norma slouží k zavedení systému EMS a pro certifikaci podniku nezávislou třetí stranou a lze ji uplatnit jak v soukromých, tak ve veřejných organizacích.

Podniky se soustředí zejména na neustálé zlepšování systému řízení s ohledem na říditelnost prostředí, dále na své cíle a cílové hodnoty, na monitorování a přezkoumávání podnikových aktivit vedením. (Cenia, 2016) Pokud podnik zavede ISO 14000, je to neznamená, že se stal environmentálně odpovědným podnikem, norma funguje jako průvodce, jak se stát environmentálně odpovědným podnikem a co všechno proto udělat, bez samotné aktivity podniku a pracovníků normu nelze správně zavést. (Veber, 2004, str. 5) Norma SN ISO 14001 obsahuje požadavky, principy a samotné návody na zavedení EMS, tímto požadavky by se měl vrcholový management zabývat a řídit. Pro vrcholový management norma funguje jako tzv. šroading map. Road map jako cestovní mapa pomůže top managementu si vytvořit svůj vlastní obraz odpovědnosti k říditelnému prostředí podle velikosti a charakteru daného podniku. Velkým důrazem v normě ISO 14001 je kladen na požadavky na dokumentaci, která je důležitá pro komunikaci podniku s jeho zainteresovanými stranami. Je třeba vést evidenci, dodržovat postupy, pochopit vlastní cíle a politiku podniku a to bez kvalitně zpracované dokumentace nelze. (Johnson, 1997, str. 50) EMS systém je postaven na stejném principu, jako jsou systémy QMS. Ovlivní na řízení by se ve firmě neměly zajímat jen ekologové, ale mělo by dojít k environmentálnímu posunu v chování všech pracovníků společnosti. Mezi nástroje environmentálního podnikání patří spolu se systémy QMS, EMS také systém HSMS, který je systémem Managementu bezpečnosti a ochrany zdraví zaměstnanců při práci. (Veber, 2004, str. 5)

#### Zavedení systému EMS dle EMAS (Eco-Management Audit Scheme)

Eco-Management Audit Scheme neboli EMAS je dobrovolný nástroj pro podniky, který se podobá jako ISO snaží pozitivně motivovat organizace k odpovědnému řízení, chování a k neustálému zlepšování environmentální výkonnosti organizace nad rámec legislativních požadavků. (Cenia, 2016) V roce 1993 byl v rámci Evropské unie vydán systém pro kontrolu EMS, který byl základem pro formování národních systémů zlepšování EMS v jednotlivých členských státech EU. Česká republika přistoupila k aplikaci EMAS v roce 1998. Zřízen byl akreditační orgán Programu EMAS, kterým se stal již existující český institut pro akreditaci, o.p.s., zajišťující také akreditaci v oblasti certifikace podle ISO norem 9000 a ISO norem 14000. Pravidla pro zavedení systému řízení podnikem a audit v oblasti říditelného prostředí stanovuje základní systém Programu EMAS Řízení a manažerské a odborné kompetence zabezpečuje Agentura EMAS (Kreuz a Vojáček, 2007, str. 58). Základním předpisem je nařízení Evropského parlamentu a Rady

1221/2009 ze dne 25. listopadu 2009 o dobrovolné úasti organizací v systému Spole enství pro environmentální řízení podnik a audit , v sou asné dob je v platnosti tzv: EMAS III. V-echny spole nosti, které p ijaly principy EMAS za své, jsou vedeny v Registru EMAS EU. Pokud p istoupí spole nost k programu EMAS zavazuje se tím hodnotit a stále zlep-ovat dopad svých inností na životní prost edí. EMAS zohled uje i principy trvale udržitelného rozvoje a tak se stal východiskem pro vydávání zákon a na ízení pro jednotlivé státy EU, ímfl byl vytvo en rámec pro ov ování a registraci environmentálního managementu na národní úrovni. (Cenia, 2013)

Podle eské informa ní agentury životního prost edí lze EMAS považovat za jakousi nadstavbu systému normy ISO 14001, zejména z pohledu p ehlednosti a environmentální komunikace, kdy podniky se systémem zavedeným dle EMAS jsou povinny zve ej ovat environmentální prohlá-ení a otev en diskutovat jak s veřejností, tak se zainteresovanými skupinami o problematice zne i- ování životního prost edí. EMAS proto navíc vyžaduje po podniku ti aktivity a to vypracování environmentálního prohlá-ení, jeho ov ení a registraci. (Cenia, 2016) S touto my-lenkou se dále ztotořnil i Kreuz a Vojá ek (Kreuz, Vojá ek, 2007, str. 64). Náhled vztahu mezi EMAS a ISO 14001 dle Cenie (2016) je znázorn n na následujícím obrázku 2.



Obrázek 2: Zavedení EMS dle normy ISO ady 14 001 a systému EMAS (Cenia, 2016)

## Podnikové nástroje systému EMS

Se zavedením, samotnou realizací a neustálým zlepšováním systému environmentálního managementu souvisí i sada úkol pro management podniku. Pro kvalitní zvládnutí těchto kroků v řízení management vyúfítí obecné metody řízení i speciální nástroje.

- Metoda ABC

Pareto na přelomu tohoto a minulého století konstatoval, že každá množina prozíraných jevů se skládá z menšiny podstatných prvků a většiny nepodstatných prvků. Tento postup je někdy označován, jako pravidlo 20:80 o rozložení četnosti podstatných prvků, kdy ne více jak 20% prvků má asi 80% významu. Takový postup označujeme jako Paret v princip. Rozvrstvení prvků se nejprve dělí do tří skupin. Skupina A, obsahuje málo prvků, ale prvky mají obrovský význam pro podnik, dále do skupiny B patří prvky, které jsou početně jít, ale jejich význam je nižší než u skupiny A. Do skupiny C se řadí prvky početně jít, ale jejich význam pro podnik je zcela minimální. Odtud pochází další užívané označení metoda ABC. Podniková praxe často vyúfítívá tento postup, v podniku není možné se zabývat všemi problémy, úkoly apod., proto je třeba se zaměřit na podstatné a určující problémy, nedostatky a úkoly a tyto řadit. V ekologii figuruje sada pořadavků, problémů, ale i návrhů, které mají různou závažnost a význam z hlediska environmentálních dopadů a následků. Metoda ABC podnikům pomáhá určit priority a vlivy, které by se měly řešit jako první, dále metoda slouží k analýzám a vyhodnocování environmentálních aspektů a dopadů podnikových činností a k zjištění kritických míst. Analýza rozdělí úinky i vlivy do tří skupin: ve skupině A jsou důležité vlivy, které vyžadují naléhavé řešení, pořadavky na tyto vlivy mohou být stanoveny zákonem a jejich nedodržení může mít za následek ekonomické sankce. Do skupiny B patří méně důležité vlivy, kdy potřeba zásahu nemusí být okamžitá, ale podnik by je měl řešit, sankce mohou být mírnější. Skupina C pak obsahuje nepodstatné, nezávažné vlivy, které neupravují legislativní předpisy. (Veber, 2004, str. 78), (Kreuz a Vojáček, 2007, str. 96)

- Benchmarking

Metoda benchmarking je využitelná téměř na kterékoliv úrovni řízení, není omezena pouze na strategické řízení a tím umožňuje i volbu libovolných ukazatelů, které daný podnik může sledovat. Postup je založen na důkladném poznání vlastních činností, je

t eba analyzovat podnikové silné a slabé stránky a dále poznat, jak to dělají jiní (konkurence i p ední firmy na trhu). Pozorování vybraných ukazatel podniku v i jiným ukazatel m m fle být bu zalofeno na historických datech, například íselná ada hodnot 5 let dozadu nebo mohou být ukazatelé porovnávány v i jinému podnikatelskému subjektu, ale také porovnávány v i jinému srovnatelnému odd lení. Metoda srovnávání s nejlepšími možnostmi vychází z podn tu zlepšování podnik na základ porovnávání podnikové reality ve sledované oblasti podnikání s p ístupy a výsledky konkurence. Srovnávání je relativní, nelze jen tak íci, fle jednotlivé níflí i vyí hodnoty jsou dobre nebo špatn . Velký p ínos této metody je v tom, fle rozdílné hodnoty vyvolávají otázky, co je vlastn p í inou rozdílné hodnoty a práv tuto p í inu by m l management podniku ádn podrobit zkoumání. Pokud podnik zjistí, fle konkurence je v n em lepší, je výhodné, pokud to lze, p evzít od ní to nejlepší a aplikovat zji-t né postupy do své podnikatelské praxe. Benchmarking posiluje i postupy, které firma sama dobre umí, ale astou vý itkou pro tuto metodu je shoda s konkurencí místo úsilí o ěpi kovost vlastního podniku. Vyuffití poznatk , které byly zji-t ny u konkurence i u srovnatelné firmy, m fle fungovat k nastavení tzv. šla kyō (bench). Tato metoda m fle být pro podniky efektivní cestou k zlepšování, av-ak nejv tší problém je v tom, jak získat pot ebné informace od konkurence, r zné poznatky, know-how atd. (Veber, 2004, str. 79), (Kreuz a Vojá ek, 2007, str. 98)

- Checklist

Technika dotazník neboli checklist funguje jako podp rný prost edek, pro systematické prov ování ekologického po ínání u prvk EMS. Metoda se skládá ze t í hlavních krok : První je samotná p íprava dotazník , následné získávání dat ve form odpov dí na dotazy a poslední krok je vyhodnocování na základ vytvo ené analýzy odpov dí. Otázky v p ípravených dotaznících mohou mít charakter otev ených i uzav ených odpov dí nebo otázky mohou mít obecný i specifický charakter. Specifický charakter je vhodné pouflít, pokud získané informace pot ebuje podnik pouflít pro ur itou funkci nebo útvar v podniku. Checklisty se asto vyuffívají p i e-auditech a to jak interních, tak externích, například pro hodnocení environmentálního profilu pro nov vytvo ené výrobky nebo pro sestavení eko-bilancí. (Veber, 2004, str. 80)



- Eko-bilance

Eko-bilance je nejnovější a nejužívanější nástroj hodnocení životního prostředí. Cílem je získat co nejpreciznější informace o úincích i dopadech podnikových činností na životní prostředí. Pomocí eko-bilance může podnik vytvořit systematickou analýzu současné situace v podniku a dalším důležitým cílem je následné snižování těchto nežádoucích úinců na úP. Pomocí správně provedené eko-bilance podnik zjistí, analyzuje a vyhodnocuje vlivy na životní prostředí, například odhalí slabá místa u stávajících technologií nebo výrobků. Předmětem analýzy mohou být suroviny, voda, negativní dopady, ale také energie, které podnik sleduje a zkoumá v celém výrobním procesu od vstupu po výstup z podniku. Eko-bilance byla vyvinuta nejprve k hodnocení výrobků (eko-bilance produkt). Pak se rozšířila i do jiných oblastí a umožní hodnocení v provozní rovině (provozní eko-bilance), v procesuální rovině (procesuální eko-bilance) a v regionální rovině (regionální eko-bilance). (Moudrý, 2006, str. 11), (Kreuz a Vojáček, 2007, str. 100)

- Metoda LCA

Metoda založená na posuzování životního cyklu výrobku (Life-Cycle Assessment, LCA) vychází z faktu, že stav životního prostředí je ovlivňován látkami, které jsou do úP vnášeny a z něj také odebírány. Vnášení a odebírání látek může být nazýváno tzv. elementárními toky v životním prostředí a ty je třeba analyzovat a posuzovat vzhledem ke kvalitě životního prostředí. Pomocí porovnávání životních cyklů výrobků pak lze určit jaké suroviny, zdroje, energie a zpešoby výroby i distribuce vykazovaly v daném případě nejvíce negativní dopady na životní prostředí. Tuto metodu může podnik používat na základě vlastního uvážení, je normalizována standardy ISO 14040 a 14049. Všechny tyto normy byly přijaty jako české technické normy. (Remtová, 2006, str. 19)

- Eko-design

Eko-design lze definovat jako zapojení důležitých požadavků na ochranu životního prostředí již do návrhu a konstrukce výrobků s úelem vyvinout výrobek, jehož životní cyklus bude ve všech životních fázích výrobku vykazovat co nejvíce negativní dopady na životní prostředí. Eko-design patří mezi nástroje preventivní strategie, nevyfluje vnější

kooperaci. Existuje n kolik postup a pravidel, jak eko-design konat a díky svému zam ení má význam zejména pro výrobní podniky. (Remtová, 2006, str. 8-9)

- Reporting

Významným nástrojem EMS je komunikace a reporting v environmentální oblasti společenské odpovědnosti podniků. Více o reportingu v kapitole 1.4 Reporting společenské odpovědnosti firmy jako součást podnikového reportingu a následně v kapitole 2.

### Přínosy zavádění EMS

Přínosy, ze zavedení systému EMS do podnikové praxe, jsou vnímány například ve formě posílení image firmy. Dalším přínosem může být i posílení spolupráce v rámci dodavatelsko-odvratelských vztahů, kdy některé dodavatelé si již při uzavírání smluv i při výbavě rovněž kládou za podmínku spolupráci s podniky s implementovaným systémem EMS. Dále například mohou podniky dostat lepší podmínky při poskytnutí úverů i uzavírání pojistných smluv. (Veber, 2004, str. 11)

Mezi hlavní přínosy budování systému EMS patří:

- Zájem o zvýšení ochrany životního prostředí i lidského zdraví před negativními dopady činností podniku a posun k systematickému udržování a zlepšování kvality životního prostředí.
- Celkové zlepšení konkurenčního postavení na trhu a zlepšení image podniku.
- Větší zaměření na prevenci a odpovědné chování vůči lidské populaci a životnímu prostředí, tím omezení negativních dopadů a celkové jejich předcházení.
- Zlepšení vztahů se zainteresovanými skupinami, veřejností i státní správou.
- Tlak obchodních partnerů jako nutnost budoucí spolupráce, budování dodavatelsko-odvratelských vztahů.
- Úspora nákladů na pojištění a na pokutách nebo v důsledku prevence jiných sankcí.

- Environmentální pov domí zam stnanc , zlep-ení spolupráce a pracovního prostředí, v d sledku toho snížení i úplné odstran ní velkého množství havárií a nehod.
- P i správném fungování v podnikové praxi m fle zavedení EMS snífovat provozní náklady a snífovat pot ebu vstupních materiál a energií.
- Podnik m fle lehce získat prodejní nebo jiná osv d ení (licence, povolení) a v d sledku toho zlep-ení environmentálního profilu podniku.
- Vylep-ení vnitropodnikové organizace a ízení, p ehledná provozní dokumentace. (R fli ka, 2007, str. 51), (Kreuz, Voják ek, 2007, str. 67)

Výhodou je, fle systém EMS m fle zavést spole nost státní i nezisková a zavést ho m fle v celém pr myslovém podniku nebo jen v jeho jedné ásti, nap íklad v jednom závod i divizi.

### 2.3 Interní a externí environmentální reporting

Systém environmentálního managementu vyfladuje vytvo ení a udrflování správných postup jak pro interní tak externí komunikaci a pro p íjímání, dokumentování a zp tnou vazbu na zásadní podn ty od externích zainteresovaných stran. Je vhodné, aby podnik vytvo il vlastní sm rnice pro komunikování environmentálních aspekt .

Interní komunikace by m la spo ívat v dopln ní pracovních porad o r zná environmentální témata. Pro í ení informací týkajících se environmentálního profilu spole nosti lze vyufflívat také podnikové asopisy nebo nást nky v podniku.

Sm rnice o komunikování se netýká pouze interní komunikace, ale d leflitá je i komunikace externí. Mezi externí komunikaci m fleme adit zejména komunikaci s orgány státní správy ó odbory flivotního prostředí, eskou inspekcí flivotního prostředí, komunikaci se zástupci médií apod. Je d leflité, jaké informace o sob podnik poskytne, proto je pro externí komunikaci podniku výhodné si ur it kompetentní osobu, která bude mít na starosti v-echny ínnosti spojené s komunikací. S externí komunikací pak souvisí i -etné poskytování informací o environmentálních dopadech podnikové ínnosti nap íklad na fládosti individuálních st flovatel nebo pro p edstavitel ekologických hnutí. Jak jifl bylo zmín no, podnik by m l mít sám dobrovoln zájem informovat ve ejnost a dal-í zainteresované skupiny o stavu a vlivu svých ínností na fiP, ímfl se m fle vyvarovat

dalším spekulacím. Takové výsledky nebo informace může poskytovat ve výrobních zprávách, propagačních materiálech i na internetových stránkách společnosti. (Veber, 2004, str. 40)

Federální vládní program Spojených států s názvem Superfund, jehož cílem je financovat vyčištění lokalit, které byly kontaminovány nebezpečnými a znečišťujícími látkami, oznámil vývoj k postupnému reportování z hlediska životního prostředí. V tomto kontextu se Komise pro cenné papíry rozhodla být zvláště aktivní při vývoji zveřejňování informací o znečištění životního prostředí. Tyto informace by měly být zahrnuty do výrobních zpráv podniků a být také součástí účetní závěrky. Kromě poskytování pokynů k podávání zpráv o ekologických zátěžích v souladu se Superfund je dále požadováno odhadnout současně a budoucí kapitálové výdaje v oblasti životního prostředí. Podávání firemních zpráv o životním prostředí se poprvé na scéně v Evropě dostalo v roce 1990. Byla to z velké části reakce na zvýšené zkoumání této kritické oblasti a po celé řadě významných ekologických katastrofách bylo třeba začít reagovat na vznikající problémy. (Crane, 2008, str. 388)

Zásadní otázkou je pak o čem vlastně podniky budou komunikovat, o čem chtějí nebo potřebují podávat zprávy a informace ohledně environmentálního profilu své organizace. Rozsah problematiky dobrovolné environmentální zprávy můžeme rozdělit do několika typů zpráv. Podle Ministerstva životního prostředí (2006) se na povodní pouze environmentální problematiku nabalila další hlediska, která jsou znázorněna na obrázku 3.



Obrázek 3: Typy zpráv zahrnující environmentální reporting  
(Ministerstvo životního prostředí, 2006)

První typ zprávy (Typ I) je klasická environmentální zpráva o zpráva o stavu životního prostředí (Environmental Report), která obsahuje základní informace a údaje o chování podniku v této problematice. Například informace o vyprodukovaném množství emisí a odpadů, dále i o vypálení neobnovitelných přírodních zdrojů a o stavu okolního prostředí. Tento typ zpráv je zejména pro nutnost informovat a poskytnout veřejnost a další zainteresované subjekty o zodpovědném chování podniků v životním prostředí. Tyto zprávy se používají od 80. let minulého století. Na národní úrovni existuje standard v Německu Deutsche Norm DIN 33922:1997 Umweltberichte für die Öffentlichkeit. Standard je nasmlouvaný přímo na environmentální zprávy tohoto typu pro veřejnost. U nás norma není snadno dostupná, ale navazuje na standard 14001. Navíc tato norma kromě zásad komunikace doporučuje i osnovu environmentální zprávy o čtyřech základních bodech. Dle normy je třeba vypsát hlavní činnost podniku, dále svou environmentální politiku a program, systém environmentálního řízení a významné výsledné údaje. V neposlední řadě by pak neměly chybět informace o posouzení vlivů na životní prostředí a další formální náležitosti jako jsou kontaktní údaje, období, ke kterému se zpráva vztahuje a případné ověření environmentální zprávy. (Ministerstvo životního prostředí, 2006, str. 5, 19)

Zprávy druhého typu (Typ II) jsou zaměřené více na zprávy o zdraví, bezpečnosti a o životním prostředí (Health, Safety and Environmental Report, HSE Report). Obsahem těchto zpráv je, navíc od zpráv typu I, ještě informace o zdraví a bezpečnosti. Tento typ zpráv zaaly organizace využívat v začátcích 90. let minulého století a lze ho považovat za souasný standard. Ministerstvo hospodářství, obchodu a průmyslu v Japonsku vydalo v roce 2001 směrnici Environmental Reporting Guidelines with Focus on Stakeholders v příkladu Pokyny pro ochranu životního prostředí Reporting se zaměřením na zájmové strany. Směrnice může být stažena z internetu a použitelná zejména pro zprávy druhého typu, je velmi promyšlená a pravděpodobně použitelná i v našich podmínkách. (Ministerstvo životního prostředí, 2006, str. 5, 19)

Třetí typ zpráv je o udržitelném rozvoji (Sustainable Development Report, SD Report). Typ III informuje o environmentální problematice společnosti a navíc ještě o problematice ekonomické a sociální, které jsou považovány za stejně důležité. Organizace by měla být řízena tak, aby tyto tři základní pilíře udržitelného rozvoje dosahovali trvalého rozvoje. Zde je zaznamenán prudký rozvoj, což se týká podávání zpráv nejen na internetu již od konce 90. let minulého století.

Na zprávy tohoto typu navazuje i poslední typ zpráv o odpovědném podnikání. Zprávy CSR naznačují vedení firem nezajímat se pouze o zisk nýbrž brát ohled i na lidi a na naši planetu. Více informací o problematice Corporate Social Responsibility je uvedeno v předcházející kapitole. Pro naplnění poslání zprávy je důležité stanovení jejího obsahu. (Ministerstvo životního prostředí, 2006, str. 5)

Podle GRI G4 (2015) by podniky z environmentálního hlediska měly informovat o:

- Materiály
  - Spotřeba materiálu podle hmotnosti a objemu
  - Procentuální podíl surovin pocházejících z recyklovaných materiálů
  
- Energie
  - Podíl spotřeby energie
  - Nepřírodní spotřeba energie mimo organizaci
  - Energetická náročnost
  - Snížení energetické spotřeby
  - Snížení energetických požadavků na produkty a služby
  
- Voda
  - Celkové množství odběru vody
  - Vodní zdroje významně ovlivněné odběrem vody
  - Procentuální podíl a celkový objem recyklované a znovu použité vody
  
- Biodiverzita
  - Poloha a plocha pozemků, které organizace vlastní nebo je má pronajaty a které spravuje a které leží uvnitř nebo v blízkosti chráněných území, případně v místech nebo u míst s vysokou hodnotou z hlediska biodiverzity mimo chráněná území
  - Popis významných dopadů činností, produktů a služeb na biodiverzitu v chráněných územích a v místech s vysokou hodnotou z hlediska biodiverzity ležících mimo chráněná území
  - Chráněná nebo přirozeně obnovitelná prostředí

- Emise
  - Celkové p ímé a nep ímé emise skleníkových plyn - podle hmotnosti
  - Nep ímé emise jiných skleníkových plyn podle hmotnosti
  - Sniflování emisí skleníkových plyn
  - Emise látek, které po-kozují ozónovou vrstvu
  - NO<sub>x</sub>, SO<sub>x</sub> a jiné významné vzdu-né emise
  
- Odpadní vody a odpady
  - Celkové množství vypou-t ných odpadních vod - podle kvality a místa vypou-t ní
  - Celková hmotnost odpad podle druh a podle způsobu likvidace
  - Celkový počet a objem významných kontaminací
  
- Produkty a slufby
  - Iniciativy na zmírn ní ekologických dopad hlavních produkt a slufb
  - Procento prodaných výrobk a jejich obalových materiál , které byly navráceny zp t výrobcí za účelem recyklace a dalšího zpracování
  
- Dodrřování p edpis
  - Pen řní hodnota významn j-ích pokut a celkový počet nepen řních sankcí za nepln ní ekologické legislativy a p edpis
  
- Doprava
  - Významné ekologické dopady přepravy produkt a jiného zboží a materiál pouřívaných v provozní innosti reportující organizace a dopady přepravy zam stnanc
  
- Celkové
  - Celkový objem náklad a investic v oblasti ochrany řivotního prostředí - podle druhu

- Dodavatelé
  - Procento nových dodavatel , které byly vybírány podle environmentálních kritérií
  - Nepříznivé dopady v dodavatelském prostředí
  
- Podání stíhností ohledně životního prostředí
  - Podání stíhností podaných ohledně environmentálních dopadů na životní prostředí (GRI, 2015)

### Standardizace environmentálních reportů

Mezi obecný a velmi významný standard patří standardy řady ISO 14000, o kterých již byla zmínka v kapitole předchozí. Na environmentální komunikaci se více zaměřuje standard ISO 14063 Environmentální komunikace - Směrnice a příklady. Je to dobrovolná norma, která vede podnik k obecným zásadám, politice, strategii a dalším činnostem spojených s environmentální komunikací. Standard je primárně určený pro podnikový management v oblasti životního prostředí, neobsahuje osnovu environmentální zprávy, spíše se zajímá o celkovou filozofii komunikace a o tom, jak by měl daný report pojednávat. Tento druh komunikace je rozhodující záležitostí daného podniku, ať už se zavedeným systémem environmentálního managementu (EMS) nebo bez něj. Environmentální komunikace je nejen více, než jen problém samotného podniku a jeho vedení, vztahuje se rozhodně také k hodnotám samotného podniku. (UNMZ<sup>3</sup>)

V oblasti životního prostředí se kromě iniciativy GRI dále rozvíjí směrnice přímo pro chemický průmysl, který je tedy jediným odvětvím, které má svou směrnici pro environmentální zprávy. Směrnice je pro zprávy typu II a je velmi promyšlená a téměř dokonalá. Většina organizací v České Republice zaměřených na chemický průmysl se směrnici řídí a inspirována dalšími organizacemi na všech kontinentech. Vydání environmentálních zpráv je zastřešováno v rámci iniciativy svazu chemického průmyslu Responsible Care - u nás pod názvem Odpovědné podnikání v chemii v rámci Svazu chemického průmyslu ČR. Zde lze doporučit směrnici Evropského sdružení chemických výrobců (CEFIC) a zprávy chemických podniků na internetu. (Ministerstvo životního prostředí, 2006, str. 19)

---

<sup>3</sup>UNMZ = Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví



Responsible Care neboli Odpovědné podnikání v chemii zavazuje podniky, národní chemický průmysl i jejich partnery k tomu aby:

- Neustále zlepšovali životní prostředí, zdraví, bezpečnost i výkonnost technologií, postup a produkt a nedocházelo tak k újmám na lidech ani na životním prostředí;
- Co nejefektivněji využívali zdroje a minimalizovali odpady;
- Otevřeně podávali zprávy o výkonnosti, úspěchu i o svých nedostatcích;
- Se zájmem naslouchali a pracovali s lidmi, snažili se pochopit a řešit jejich problémy;
- Spolupracovali s vládou a organizacemi ve vývoji a implementaci úrodných předpisů a norem;
- Poskytovali pomoc a radu na podporu odpovědného nakládání s chemickými látkami v průběhu celého výrobního cyklu. (Cefic, 2017)

O ověření správnosti a důvěryhodnosti reportů byla zmínka již výše, AA 1000 je obecně použitelná norma z roku 2008 pro všechny typy podniků, jejím cílem je právě významné ověření důvěryhodnosti organizací. Norma obsahuje zejména zásady, pravidla dialogu se zainteresovanými subjekty a požadavky na systém managementu společenské odpovědnosti, mimo jiné i kvalita CSR reportů jak v oblasti ekonomické, tak sociální, environmentální i etické odpovědnosti. Normu zveřejnila nezisková organizace Accountability se sídlem v Anglii, jejím hlavním cílem je podpora zejména férového podnikání. (Národní informační portál o CSR, 2015)

### **3 VÝZKUM REPORTINGU ENVIRONMENTÁLNÍ OBLASTI CSR ESKÝCH VÝROBNÍCH CHEMICKÝCH PODNIK**

Na re-er-i odborné literatury o společenské odpovědnosti podniků v teoretické části, navazuje tato diplomová práce popisem výsledků praktického výzkumu zejména v oblasti týkající se reportingu environmentální oblasti společenské odpovědnosti organizací. Pozornost byla zaměřena na podniky chemického odvětví a konkrétně, na základě předpokladu, že významné společenské dopady jsou způsobeny chemickou výrobou, byly pro výzkum vybrány pouze výrobní chemické podniky. Proveden byl kvalitativní i kvantitativní výzkum. Výzkum byl v obou případech zaměřen na posuzování obsahu informací environmentální oblasti CSR na internetových stránkách podniků chemického průmyslu. Kvantitativní výzkum probíhal formou obsahové analýzy internetových stránek jednotlivých podniků, kvalitativní výzkum probíhal formou osobního hloubkového rozhovoru, založeného na předem sestaveném scénáři a dotazování, a to u vedoucího odboru řídicího prostředí pana Pokorného v podniku Synthesia, a.s.

#### **3.1 Kvantitativní výzkum o obsahové analýze internetových stránek podniků**

##### **3.1.1 Sběr dat základního a výběrového souboru**

Pro získání základního souboru podniků byl proveden výťah z veřejně dostupného rejstříku ekonomických subjektů ARES, kde byly vybrány především společnosti podnikající v chemickém průmyslu a to na základě klasifikace ekonomických činností v rámci Evropského společenství CZ-NACE. Konkrétním požadavkem na vybrané podniky bylo jejich zařazení pod kódem 20-Výroba chemických látek a chemických přípravků. Na základě takto stanovených podmínek bylo nalezeno 3 333 firem podnikajících v chemickém průmyslu, u kterých byla registrována alespoň jedna ekonomická činnost z kategorie 20. Z velkého množství takto vybraných podniků bylo dále nutno vyloučit podniky, které provozují jinou hlavní činnost, nejsou výrobní, ukončily své podnikání a neposkytují o své podnikové činnosti žádné veřejně dostupné informace prostřednictvím webových stránek podniku. Pro další podrobný výzkum byl selekcí ze všech nalezených podniků vymezen základní soubor, který splňuje takto nastavené podmínky. To znamená, že v základním souboru se nacházejí pouze podniky, které provozují svou činnost na území České Republiky, podnikají v oblasti chemie, mají svou

vlastní výrobníinnost a mají vlastní fungující webové stránky v českém jazyce. Tento základní soubor obsahuje 470 podniků.

V základním souboru podniků byly dále detailně prozkoumány webové stránky podniků a dle obsahu informací na těchto stránkách, byly podniky tříděny podle několika parametrů. Na základě nabídky sortimentů byly podniky rozděleny do několika kategorií, které odpovídaly **odvětvím**, v jakém podniku realizuje svou chemickou výrobu, podmínkou bylo vybrat alespoň jednu kategorii odvětví u každého podniku, například mohlo být vybráno i více odvětví, pokud to u zkoumaného podniku bylo doloženo. Odvětví podnik bylo rozděleno na podniky, které se zabývají **klasickou chemií** a to zejména výrobou základních chemikálií, dále odvětvím byla **farmakochemie**, dále pak byly podniky, které se zabývají **výrobou barev, nátr a laků**, dále bylo zohledněno též odvětví **kosmetiky** a dále dle třídění bylo, zda se podniky zabývají **agrochemií, petrochemií**, například podniky zabývající se výrobou i zpracováním **plastů**. Pokud nebyl podnik vybrán do žádné z těchto uvedených kategorií odvětví, byl zařazen do odvětví s názvem **ostatní** a tím oddělen od jiných zkoumaných podniků. Všechny podniky z výše uvedeného souboru nemusely být zařazeny pouze do jednoho odvětví

Po třídění podniků dle jednotlivých odvětví byla u každého z podniků zjištěna **velikost podniku**, která byla tříděna dle počtu zaměstnanců, do kategorie **mikropodnik** byl zařazen podnik, který měl 1-10 zaměstnanců, označení velikosti bylo číslem 1, **malý podnik** měl počet zaměstnanců 10-49, označení velikosti v datové matici bylo pak číslem 2, **střední podnik** zaměstnával 50-249 pracovníků, označení velikosti v matici bylo číslem 3 a číslem 4 byl označen **velký podnik**, jeho počet zaměstnanců přesáhl číslo 250. U každého zkoumaného podniku byl zjištěn kontakt v podobě emailové adresy na kompetentní osobu i centrálu a dále byla zapsána do tabulky i aktuální verze odkazu na internetové stránky pro případné další hledání i získání podrobnějších informací. Dále tímto způsobem bylo možné zkoumáním zjištění, zda se podnik na jakém způsobem vyjadřuje nebo **poskytuje informace o aktivitách společenské odpovědnosti podniků na svých webových stránkách**. Tyto informace byly zaneseny do tabulky a u analyzovaných podniků bylo poznamenáno, zda existují informace z oblasti environmentální odpovědnosti, sociální odpovědnosti, etické odpovědnosti, například souhrnné informace o CSR aktivitách podniku. Výše popsané třídění podniků bylo provedeno u všech podniků vytvořeného základního souboru (viz výše).

Ze základního souboru byl na základ cíl této práce vytvořen soubor výběrový, který obsahoval pouze podniky, u kterých byla nalezena aktivita i informace z oblasti environmentální problematiky společenské odpovědnosti. Ze základního souboru 470 podniků bylo vybráno pouze 135 podniků, u kterých byly nalezeny na webových stránkách informace o environmentální problematice. Výběrový soubor o velikosti 135 podniků byl dále podroben účelovému zkoumání a jednotlivé podniky byly dále analyzovány. U podniků byly zjištěny konkrétní environmentální informace, které jsou obsaženy na webových stránkách podniků. Konkrétně bylo zjištěno, zda má podnik vytvořenou a zveřejněnou **politiku životního prostředí** popřípadě **politiku integrovaného systému řízení**, zda jsou uvedeny informace obecně o **CSR aktivitách** a zda jsou informace **pouze na internetových stránkách** nebo je k dispozici **samostatný dokument**, například v podobě výroční environmentální zprávy. Pokud byl zjištěn obsah těchto informací, jak na webových stránkách, tak v samostatném dokumentu, byly detailněji rozebrány a posouzeny, zda je obsah a struktura zprávy jiná a odpovídá doporučené formě zveřejněné dle iniciativy Global Reporting Initiative. Dále u podniků bylo zaznamenáno, zda mají certifikát ISO 14001, zda podniky mají certifikaci Responsible Care a zda spolupracují s firmou EKO-KOM v oblasti nakládání s odpady.

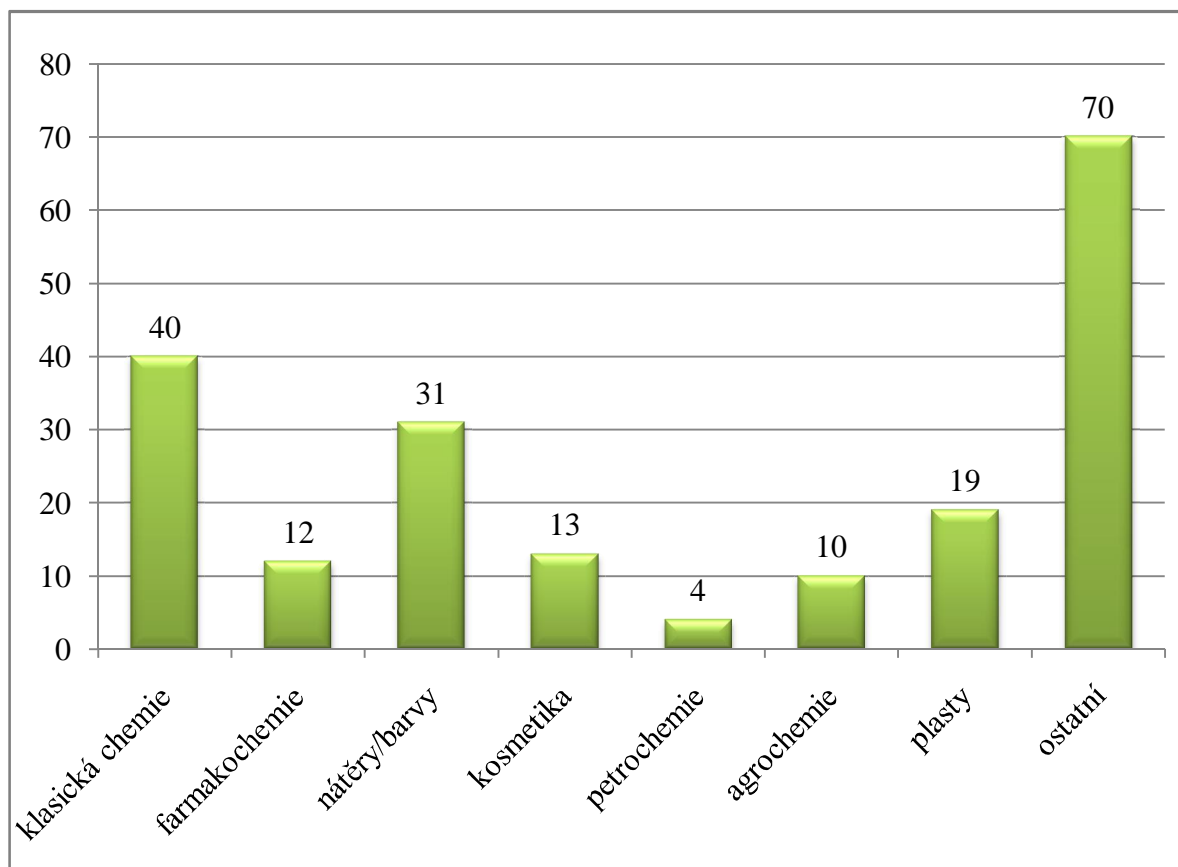
Detailní rozbor informací na webových stránkách má za následek i obecná úskalí. Většina podniků na internetových stránkách zveřejňuje pouze legislativně povinné informace nebo mají zveřejněn jen certifikát ISO 14001, žádné další informace z environmentální oblasti aktivit CSR internetové stránky neobsahovaly. Více informací, bylo spíše obsahem webových stránek u větších podniků nebo holdingových společností. Některé podniky prezentují i samostatnou zprávu o CSR aktivitách a samostatnou zprávu o udržitelném rozvoji i environmentální zprávu, výjimkou nebyly ani podniky, které mají tyto zprávy shrnuty do jednoho dokumentu jako politiku udržitelného rozvoje.

### 3.1.2 Popis výběrového souboru

Výběrový soubor obsahuje 135 výrobních chemických podniků, které provozují svou ekonomickou činnost na území České Republiky. Z těchto 135 podniků je 40 podniků zaměřeno na klasickou chemii to znamená, nejčastěji se jedná o výrobu základních chemických sloučenin. Dále 12 podniků podniká v oblasti farmakochemie, 31 podniků vyrábí různé barvy, laky a nátěry, 13 podniků bylo zařazeno do odvětví kosmetiky, 10

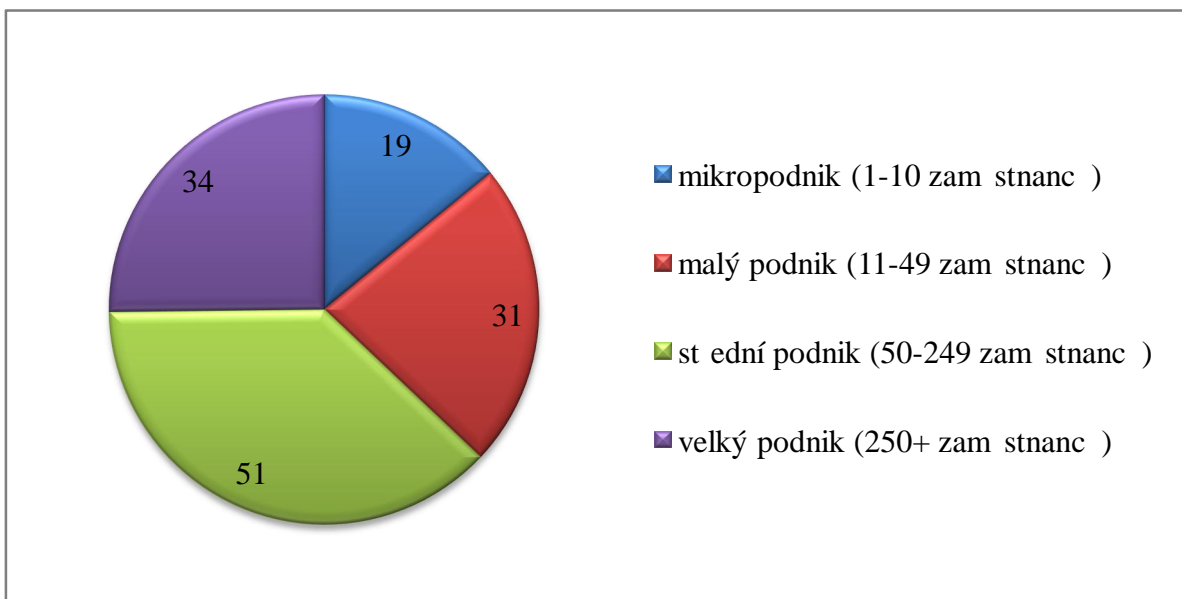
podnik do odvětví agrochemie, 19 podnik do odvětví zabývajících se zpracováním plastů a zcela nejvíce podniků 70 bylo zařazeno do oblasti ostatní, kam se řadily všechny ostatní podniky, zejména stavební chemie nebo podniky, které se zabývají přímo zpracováním odpadů. Pouze 4 podniky byly zařazeny do odvětví petrochemie. Na které podniky provozují svoji činnost ve více druhích odvětví.

Na následujícím grafu jsou znázorněny četnosti jednotlivých odvětví ve výrobním soboru.



Graf1: Graf znázorňující četnosti v jednotlivých odvětvích ve výrobním soboru.

**Velikosti podniků** ve výrobním soboru byly rozděleny do 4 skupin: mikropodnik, malý podnik, střední podnik a velký podnik. Z následujícího grafu 2 je patrné, že největší zastoupení mají podniky střední velikosti, následovaly podniky velké pak malé podniky a nakonec nejmenší počet byl podniků charakterizovaných jako mikro.



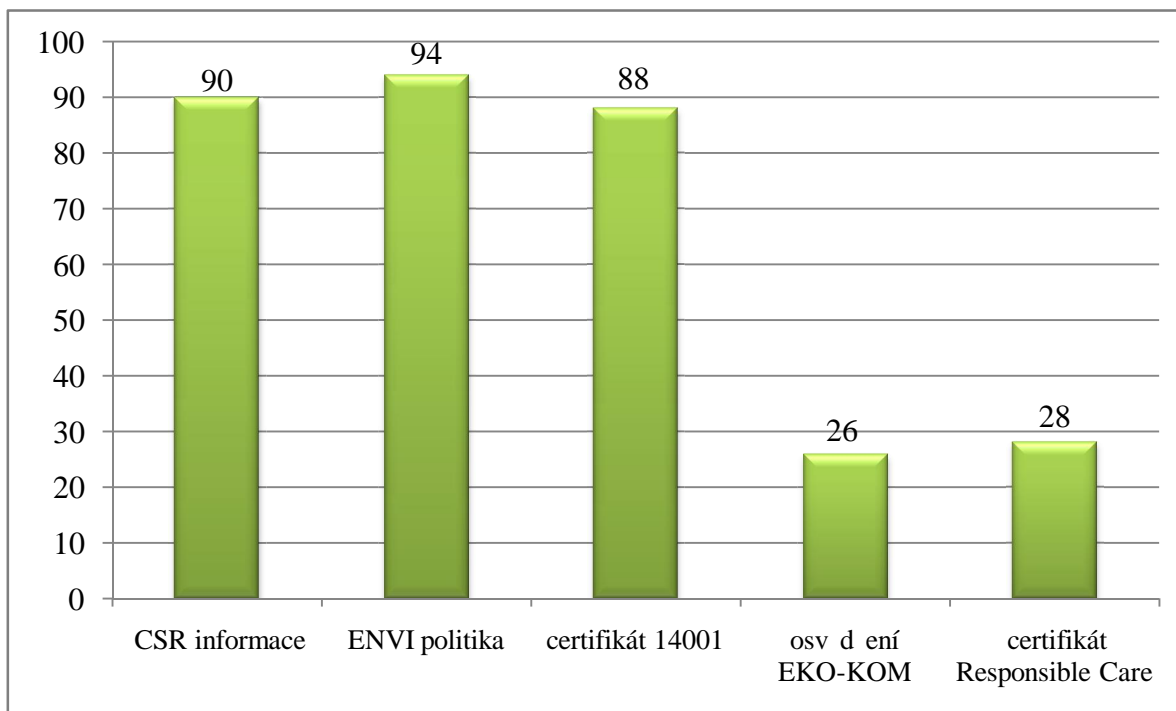
Graf 2: Rozložení etností ve výb rovém soboru dle velikostí podnik .

Z hlediska jednotlivých odvětví pro myslivých výrob mají v odvětví klasická chemie nejvíce zastoupení střední podniky s 42,5 % a velké podniky s 32,5 %. Farmakochemické odvětví je charakterizováno nejvíce středními podniky a to z celých 66,7 %. Odvětví barvy, laky a nátěry jsou zastoupením v různých velikostech podnik celkem vyrovnané, 29 % mají zastoupení jak mikropodniky, tak střední podniky a 25,8 % jsou podniky malé. Z celkem třinácti podniků v odvětví kosmetiky je 61,5 % podniků střední velikosti. V odvětví petrochemie byly zapsány pouze tři podniky a 75 % tvoří podniky střední velikosti a zbylých 25 % tvoří podniky velké. Velikosti podniků v odvětví agrochemie se od sebe liší pouze 10 %, nejvíce zastoupení mají s 40 % velké podniky, dále s 30 % střední podniky, následují mikropodniky s 20 % a nejméně je malých podniků. Zpracováním plastů se z 36,8 % zabývají podniky střední velikosti, 31,6 % velké podniky a z 26,3 % podniky malé velikosti. V odvětví ostatní pak mají podniky nejvíce zastoupení z 38,6 % střední podniky a z 24% podniky malé. Zastoupení podniků dle velikosti v jednotlivých odvětvích chemické výroby je patrné z tabulky 1.

počet zaměstnanců	klasická chemie	Farmakoch emie	nát ry/ barvy	kosmetika	petro chemie	agro chemie	plasty	ostatní
1-10	12,5%	8,3%	29,0%	0,0%	0,0%	20,0%	5,3%	18,6%
11-49	12,5%	8,3%	25,8%	23,1%	0,0%	10,0%	26,3%	24,3%
50-249	42,5%	66,7%	29,0%	61,5%	75,0%	30,0%	36,8%	38,6%
250+	32,5%	16,7%	16,1%	15,4%	25,0%	40,0%	31,6%	18,6%

Tabulka 1: Zastoupení podniků dle velikosti v jednotlivých odvětvích podnikání.

Dalším zjištěvaným znakem u podniků ve výškovém soboru byly **informace, které o sobě podniky podávají na svých vlastních webových stránkách**. Webové stránky podniků byly detailně prozkoumány a bylo prošetřeno, zda podniky podávají informace o aktivitách v oblasti společenské odpovědnosti, zda mají zveřejněnou environmentální politiku a zda mají certifikáty ISO 14001, Responsible Care nebo osvědčení od společnosti EKO-KOM, která je významná v oblasti nakládání s odpady. Pomocí kontingenčních tabulek bylo zjištěno, že ze 135 analyzovaných podniků 90 podniků podává nějaké informace o svých CSR aktivitách, toto zjištění bylo prokázáno nejvíce u podniků střední velikosti (celkem 39 podniků ze 135) a u velkých podniků (celkem 27 podniků ze 135). Environmentální informace i politiku životního prostředí obsahovaly webové stránky celkem 94 podniků ze 135. Co se týče velikosti podniků, environmentální politiku uvádí zejména střední podniky (celkem 38 podniků ze 135) a velké podniky (celkem 29 podniků ze 135). Certifikát ISO 14001 uvedlo na své webové prezentaci celkem 88 podniků a opět jsou to střední a velké podniky, které tuto informaci uvádí. O certifikát Responsible Care uřá takový zájem nebyl, ze 135 zkoumaných podniků pouze 28 podniků uvádí, že tento certifikát mají. O osvědčení od společnosti EKO-KOM měme říci bohužel totéž, nakládání s odpady u společností potvrzuje pouze 26 analyzovaných podniků ze 135. Na následujícím grafu, graf 3, jsou znázorněny výše popsané četnosti podávaných informací na webových stránkách u jednotlivých podniků ve výškovém soboru.

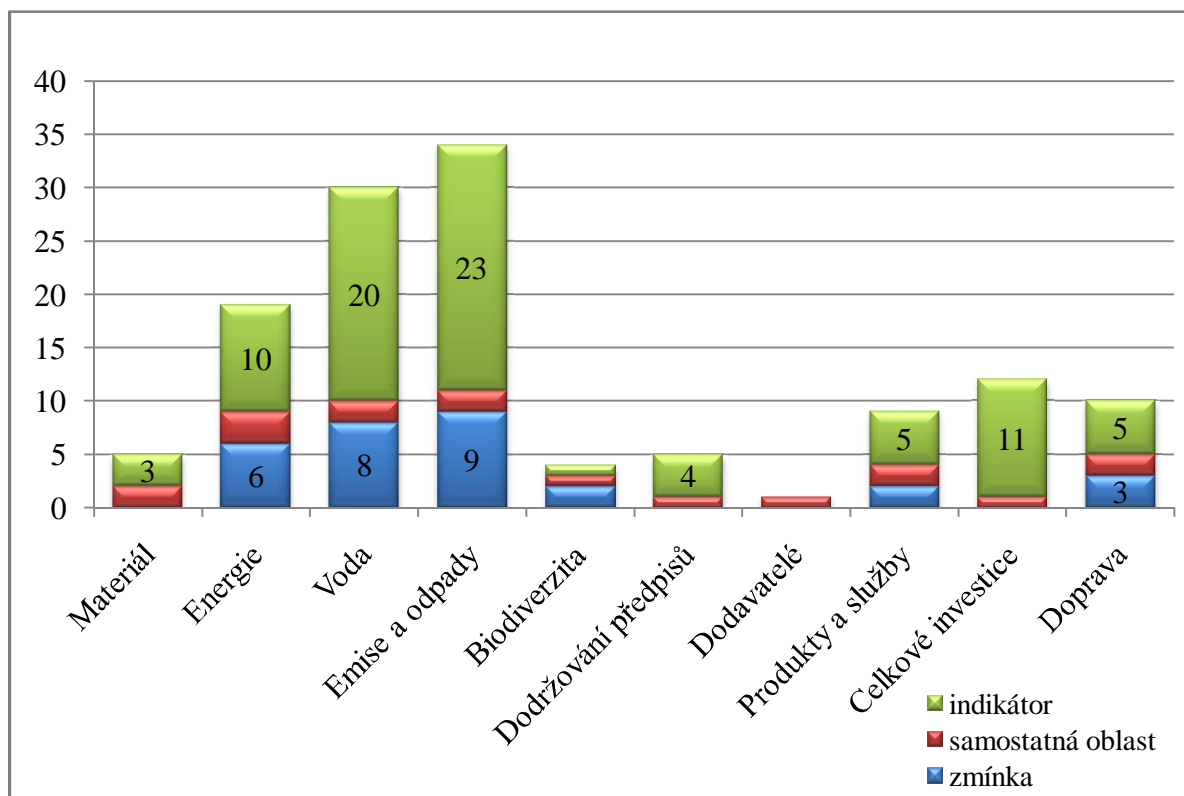


Graf 3: etnosti podávaných informací na webových stránkách podniků ve  
výběrovém souboru.

Zajímavým výstupem je následující graf 4, který znázorňuje strukturu podávaných informací ve zprávách nebo na internetových stránkách. Pokud bylo u podniku prokázáno, že určité informace o sobě podává, bylo dále pátráno, co konkrétní podniky vzhledem k životnímu prostředí o sobě reportují a co je obsahem webových stránek podniku. V tomto případě byly použity indikátory dle iniciativy GRI a sdílené informace byly rozděleny do různých kategorií. Iniciativa GRI rozděluje reporty o materiálu, energii, vodním hospodářství, emisích a odpadech, biodiverzitě, dále jak podnik dodržuje předpisy, tudíž zda mu byly uloženy významné pokuty a sankce za neplnění ekologické legislativy. Další kategorií byly dodavatelé, to znamená, zda podnik při výběrání nových dodavatelů zohledňuje i environmentální kritéria, do kategorie produkty a služby pak byly vybírány podniky, které již při vývoji nových produktů dbají na ekologické dopady, dále doprava, kde byly zohledněny významné ekologické dopady přepravy produktů, materiálů a zaměstnanců a jako poslední kategorie byla uvedena kategorie celkových investic, tzn., zda podnik reportuje informace o nákladech a investicích v oblasti životního prostředí. V této analyzované části byla použita škála pro odpovědi. Pokud byla nalezena u reportující společnosti pouze zmínka o dané kategorii, byla společnost označena číslem 1, pokud byla kategorií vnována samostatná oblast zkoumání, tak byla společnost označena



íslem 2 a pokud pro danou kategorii m l podnik vytvo en ur itý indikátor, který sledoval, pop ípad byly zve ejn ny konkrétní údaje a ísla, jak se zmi ovaná kategorie vyvíjí, tak byl podnik ozna en íslem 3. Z takto provedeného výzkumu bylo z ejmé, že když ufl podniky zve ej ují konkrétní údaje a data o své spole nosti, zajímají se nejvíce o energii, o vodní hospodá ství a o emise a odpady, které podniky vypou-t jí do ovzdu-í. Na následujícím grafu jsou znárodn ny etnosti jednotlivých odpov dí dle p edem vytvo ené -kály.



Graf 4: Informace zve ej ované na webových stránkách dle iniciativy GRI.

### 3.1.3 Rozbor výsledk výb rového souboru

Z korela ní matice viz tab. 2, která byla vytvo ena v programu IBM SPSS Statistics je patrné, že nejsiln j-í p ímá závislost je mezi kategoriemi voda a emise, odpady, tzn. že pokud podniky reportují své informace o vodním hospodá ství, reportují zárove informace i o emisích a odpadech. Dal-í velmi silná p ímá závislost je mezi energií a vodním hospodá stvím, dále mezi energií a dopravou a nakonec mezi energií a emisemi a odpady. Z korela ní matice je dále možné vy íst i závislost nep ímou, kdy nejsiln j-í nep ímá závislost je mezi vodním hospodá stvím a dodavateli společností a dále mezi dodavateli a celkovými investicemi i dopravou. Nep ímá závislost nám v tomto p ípad zna í, že podniky bu reportují o vodním hospodá ství nebo dodavateli pop ípad o dodavatelích nebo doprav í investicích.

Korelace	Materiál	Energie	Voda	Emise a odpady	Biodiverzita	Dodřfování p edpis	Dodavatelé	Produkty a služby	Celkové investice	Doprava
Materiál	1,000	0,372	0,273	0,338	0,197	0,377	0,440	0,105	0,214	0,244
Energie	0,372	1,000	0,706	0,648	0,181	0,372	0,213	0,404	0,472	0,699
Voda	0,273	0,706	1,000	0,880	0,327	0,273	-0,046	0,429	0,522	0,529
Emise a odpady	0,338	0,648	0,880	1,000	0,301	0,338	0,149	0,461	0,538	0,487
Biodiverzita	0,197	0,181	0,327	0,301	1,000	0,197	-0,015	0,128	0,099	0,117
Dodřfování p edpis	0,377	0,372	0,273	0,338	0,197	1,000	0,440	0,577	0,490	0,094
Dodavatelé	0,440	0,213	-0,046	0,149	-0,015	0,440	1,000	-0,023	-0,027	-0,024
Produkty a služby	0,105	0,404	0,429	0,461	0,128	0,577	-0,023	1,000	0,438	0,378
Celkové investice	0,214	0,472	0,522	0,538	0,099	0,490	-0,027	0,438	1,000	0,309
Doprava	0,244	0,699	0,529	0,487	0,117	0,094	-0,024	0,378	0,309	1,000

Tabulka 2: Korela ní matice pro znázorn ní závislostí mezi jednotlivými indikátory dle GRI.

Druhá korelační matice, viz tabulka 3, znázorňuje závislosti mezi jednotlivými kategoriemi podávaných informací. Konkrétně bylo u podniků sledováno, zda webové stránky podniku obsahují informace o svých společensky odpovědných (CSR) aktivitách, zda mají zveřejněnou politiku životního prostředí (environmentální politiku) a zda mají na webových stránkách certifikáty ISO 14001, osvědčení společnosti EKO-KOM a certifikát odpovědného podnikání v chemii Responsible Care. Závěrem lze říci, že největší korelace je mezi podáváním CSR informací a environmentální politikou, tzn., že pokud odpovědné podniky reportují o svých aktivitách společenské odpovědnosti, reportují zároveň i o životním prostředí. Největší závislost je i mezi tím, že podniky mají certifikát Responsible Care a zároveň podávají informace o životním prostředí nebo mají i certifikát ISO 14001. Zato největší korelace je nejvyšší u certifikátu EKO-KOM a politice životního prostředí, dále EKO-KOM a certifikát ISO 14001. Závěrem lze říci, že podniky nejčastěji mají buď osvědčení EKO-KOM nebo certifikát ISO 14001.

Korelace	CSR informace	ENVI politika	certifikát 14001	EKO-KOM	certifikát Responsible Care
CSR informace	1,000	0,319	0,143	-0,093	0,207
ENVI politika	0,319	1,000	0,160	-0,127	0,258
certifikát 14001	0,143	0,160	1,000	-0,156	0,297
osvědčení EKO-KOM	-0,093	-0,127	-0,156	1,000	-0,018
certifikát Responsible Care	0,207	0,258	0,297	-0,018	1,000

Tabulka 3: Korelační matice pro znázornění závislosti mezi podávanými informacemi na webových stránkách podniků.

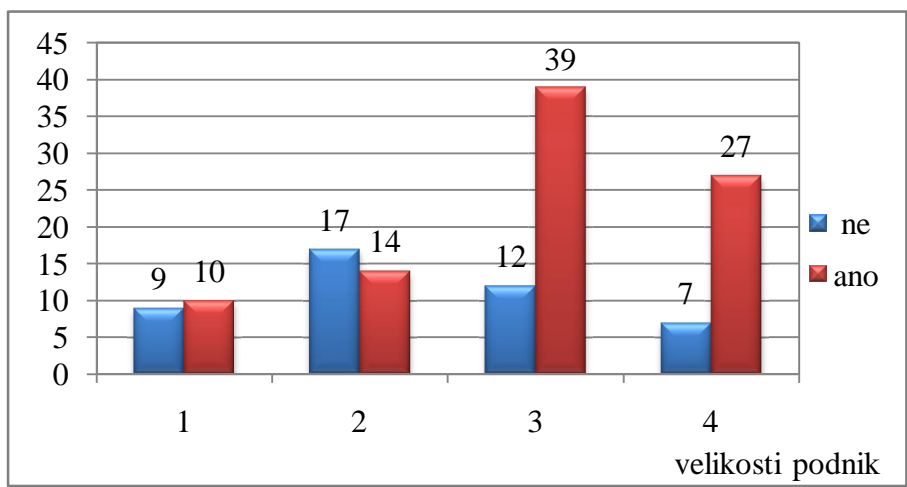
Pro porovnání sdělovaných informací na webových stránkách podniků dle velikostí podniků, byly provedeny analýzy v programu IBM SPSS Statistics a závěrem lze říci, že informace o společensky odpovědných aktivitách podávají spíše velké a střední podniky z výše uvedeného souboru. Středních podniků, které tyto informace podávají je 39 z 51 celkem, tj. 76,5 % středních podniků podává informace o CSR aktivitách a 79,4 % velkých podniků je 27 velkých podniků z 34 velkých podniků celkem. Celkem pak 66,7 % všech podniků podává informace o svých společensky odpovědných aktivitách.

V následující tabulce 4 jsou zobrazeny jednotlivé etnosti podniků dle velikostí, které podávají informace o CSR.

			CSR informace		Celkem
			0	1	
etnost	Velikost podniku	1	9	10	19
		2	17	14	31
		3	12	39	51
		4	7	27	34
	Celkem		45	90	135
% v rámci Velikost podniku	Velikost podniku	1	47,4%	52,6%	100,0%
		2	54,8%	45,2%	100,0%
		3	23,5%	<b>76,5%</b>	100,0%
		4	20,6%	<b>79,4%</b>	100,0%
	Celkem		33,3%	66,7%	100,0%

Tabulka 4: etnosti podniků dle velikosti, které podávají informace o CSR aktivitách.

Celkem u 39 podniků střední velikosti ve výborem soboru obsahují webové stránky informace ohledně společensky odpovědných aktivit. V tomto závěsu jsou pak podniky velké, celkem 27. Na následujícím grafu 5 jsou opět znázorněny etnosti podávaných informací o CSR aktivitách dle velikostí podniků ve výborem soboru. Kromě zejména vyššího podílu podniků, které podávají informace o CSR aktivitách na webových stránkách u skupin střední a velké podniky, je patrný opačný poměr u malých podniků, kde převládají podniky, které tyto informace neprezentují.



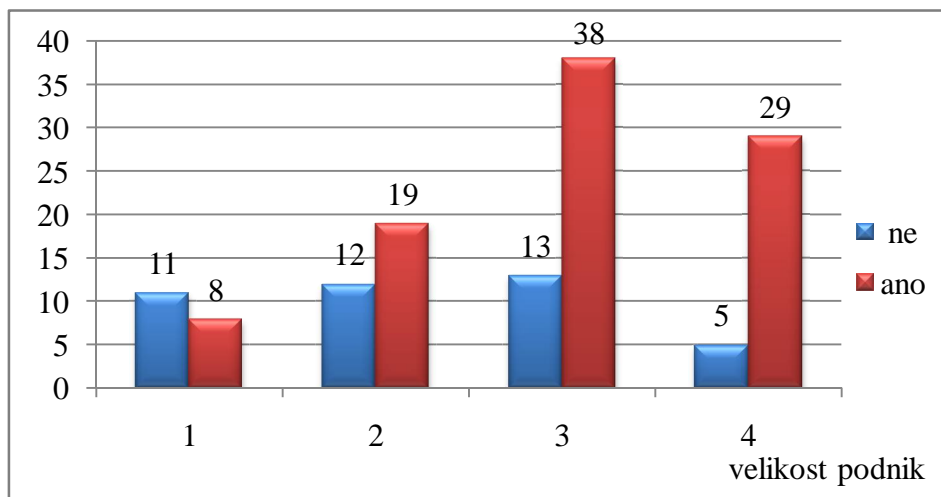
Graf 5: etnosti podávaných informací o CSR aktivitách dle velikostí podniků ve výborem soboru.

Poskytované informace o environmentální politice jsou na tom období jako CSR informace. Environmentální politiku má zveřejněnou celkem ze 74,5 % všech středních podniků a dále 85,3 % podniků velké velikosti. Celkem pak environmentální politiku zveřejňuje 69,6 % podniků - viz tab. 5.

			Environmentální informace/politika		Celkem
			0	1	
etnosti	Velikost podniku	1	11	8	19
		2	12	19	31
		3	13	38	51
		4	5	29	34
	Celkem	41	94	135	
% v rámci Velikost podniku	Velikost podniku	1	57,9%	42,1%	100,0%
		2	38,7%	61,3%	100,0%
		3	25,5%	<b>74,5%</b>	100,0%
		4	14,7%	<b>85,3%</b>	100,0%
	Celkem	30,4%	69,6%	100,0%	

Tabulka 5: etnosti podniků dle velikosti, které podávají informace o environmentální politice.

Pro lepší pohled jsou výše popsaná data uvedena i v následujícím grafu 6, kde si můžeme všimnout, že environmentální politiku nejčastěji zveřejňují střední a velké podniky. Konkrétně pak 38 podniků střední velikosti, 29 podniků velké velikosti, 19 malých podniků a 8 mikropodniků. U malých podniků převládají podniky, které dané informace prezentují, u mikro podniků je tomu však naopak.



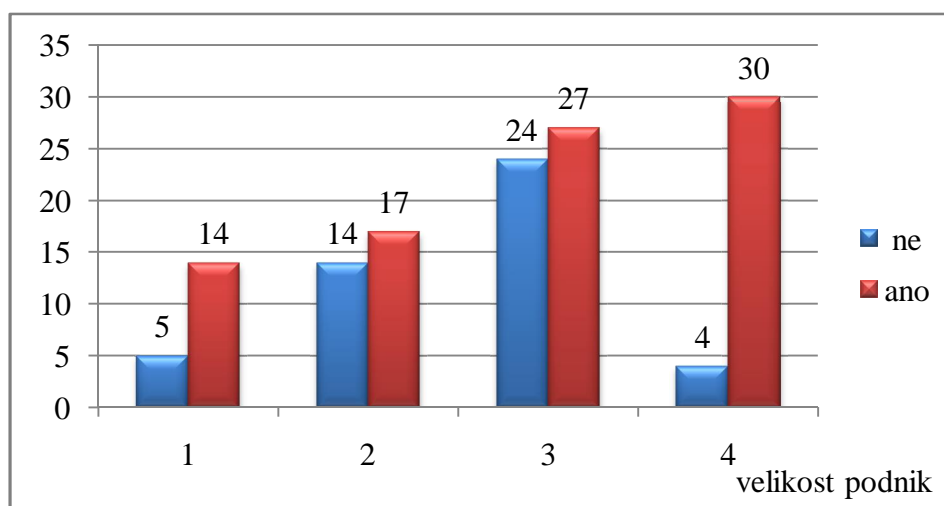
Graf 6: etnosti podáváných informací o environmentální politice dle velikostí podniků ve výběrovém souboru.

Další tabulka znázorňuje etnosti podniků dle velikostí, které mají na svých webových stránkách zveřejněn certifikát ISO 14001. Zajímavostí zde je, že mikropodniky ze 73,7 % mají tento certifikát, velké podniky mají certifikát z 88,2 % a nakonec malé a střední podniky jsou na tom podobně. V tabulce 6 jsou znázorněny jednotlivé etnosti dle velikostí, které podniky mají certifikát ISO 14001.

			certifikát ISO 14001		Celkem
			0	1	
etnosti	Velikost podniku	1	5	14	19
		2	14	17	31
		3	24	27	51
		4	4	30	34
	Celkem		47	88	135
% v rámci Velikost podniku	Velikost podniku	1	26,3%	<b>73,7%</b>	100,0%
		2	45,2%	54,8%	100,0%
		3	47,1%	52,9%	100,0%
		4	11,8%	<b>88,2%</b>	100,0%
	Celkem		34,8%	65,2%	100,0%

Tabulka 6: etnosti podniků dle velikosti, které mají certifikát ISO 14001.

Zajímavá bilance u podniků ve výběrovém souboru je vidět na následujícím grafu, který ukazuje, že 30 velkých podniků prezentuje certifikaci dle ISO 14001, dále 27 podniků střední velikosti, 17 podniků malé velikosti a 14 mikropodniků. U všech skupin podniků, rozdlených dle velikosti podniků, převládá uveřejňování certifikace dle ISO 14001.



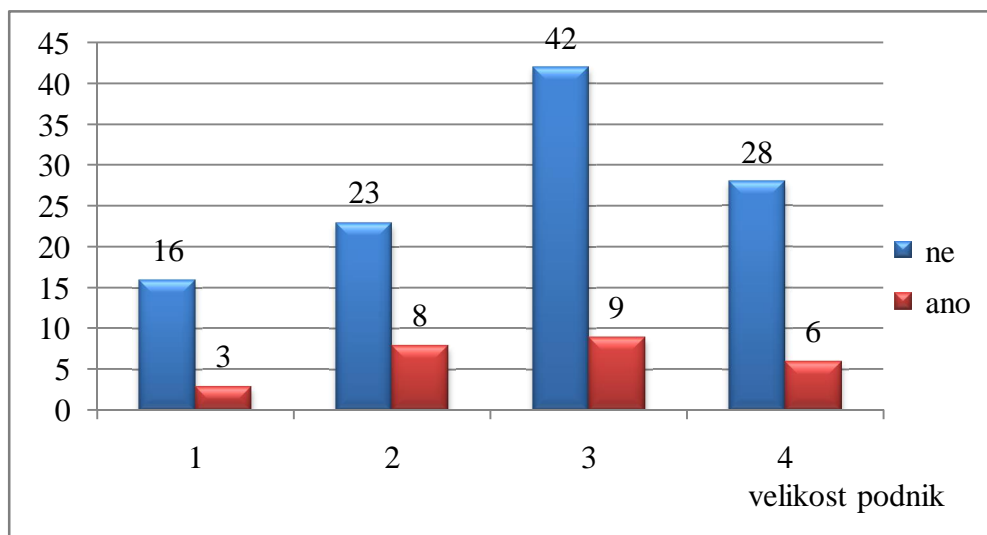
Graf 7: Podíl podniků různých velikostí, které mají zveřejněn certifikát ISO 14001.

Co se týká osvědčení od společnosti EKO-KOM, v rámci které podniky prezentují jednu z možných forem nakládání s odpady, je zřejmé z tabulky 7, že pouze 26 podniků z celých 135 podniků ve výběrovém souboru tento certifikát má. V rámci velikostních skupin největší podíl podniků, které prezentují tuto formu odpadového hospodářství, je ve skupině malých podniků, a to 25,8 % ze všech malých podniků výběrového souboru.

			Osv d ení EKO-KOM		Celkem
			0	1	
etnosti	Velikost podniku	1	16	3	19
		2	23	8	31
		3	42	9	51
		4	28	6	34
	Celkem	109	26	135	
% v rámci Velikost podniku	Velikost podniku	1	84,2%	15,8%	100,0%
		2	74,2%	<b>25,8%</b>	100,0%
		3	82,4%	17,6%	100,0%
		4	82,4%	17,6%	100,0%
	Celkem	80,7%	19,3%	100,0%	

Tabulka 7: etnosti podnik dle velikosti, které mají osv d ení EKO-KOM.

Na následujícím grafu si můžeme všimnout, že osv d ení společnosti EKO-KOM moc podnik neprezentuje, převažují podniky, které osv d ení nemají. Celkem 9 podnik střední velikosti mají největší zájem o osv d ení společnosti EKO-KOM a většinou tak nakládat s odpadními látkami. V tomto závěru jsou pak malé podniky s číslem 8 a velké podniky s číslem 6.



Graf 8: etnosti podnik , které mají zveřejněno osv d ení společnosti EKO-KOM.

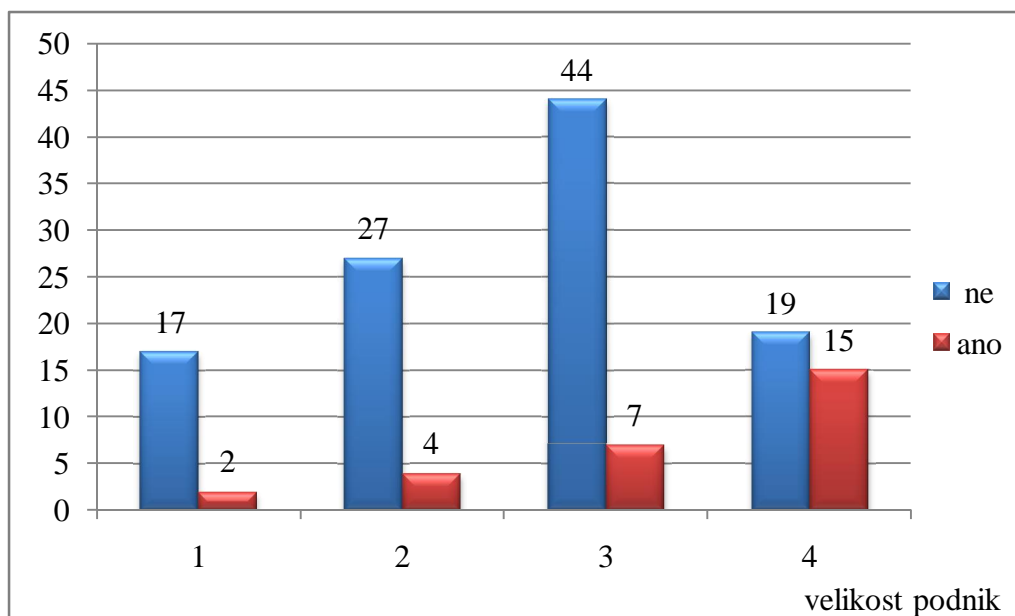


Certifikát Responsible Care mají na svých webových stránkách zveřejněny nejvíce velké podniky a to ze 44,1 %. Celkem pak certifikát uvádí 28 podniků ze všech 135 podniků ve výše uvedeném souboru.

			Certifikát Responsible Care		Celkem
			0	1	
etnosti	Velikost podniku	1	17	2	19
		2	27	4	31
		3	44	7	51
		4	19	15	34
	Celkem	107	28	135	
% v rámci Velikost podniku	Velikost podniku	1	89,5%	10,5%	100,0%
		2	87,1%	12,9%	100,0%
		3	86,3%	13,7%	100,0%
		4	55,9%	<b>44,1%</b>	100,0%
	Celkem	79,3%	20,7%	100,0%	

Tabulka 8: etnosti podniků dle velikosti, které mají certifikát Responsible Care.

Na grafu 9 jsou uvedeny etnosti kolik podniků ve výše uvedeném souboru mají zveřejněn certifikát Responsible Care. O certifikát mají největší zájem velké společnosti, tj. 15 podniků z 34 celkem ve výše uvedeném souboru.



Graf 9: etnosti podniků, které mají zveřejněn certifikát Responsible Care.

Z následující tabulky 9 vyplývá rozdělení četností podávaných informací na webových stránkách podniků dle zařazení do odvětví podnikání. Lze zhodnotit, že nejvíce podniků zveřejňuje informace o aktivitách CSR nebo mají vytvořenou environmentální politiku. Nejméně podniků se zajímá o spolupráci EKO-KOM s kterou by mohly podniky spolupracovat ve třídění a nakládání s odpady.

Odvětví klasické chemie má nejvyšší publikovanou environmentální politiku, tj. z celkem 40 podniků má environmentální politiku zveřejněnou 31 podniků a stejně tak 30 podniků informuje o svých CSR aktivitách. Obdobně jako u klasické chemie je na tom i odvětví farmakochemie s tím rozdílem, že žádný vybraný podnik z tohoto odvětví nemá potvrzenou spolupráci se společností EKO-KOM. Odvětví nátěrů a barvy se nejvyšší odkazují na zveřejněný certifikát ISO 14001 a na environmentální politiku. Odvětví kosmetiky prezentuje nejvyšší informace o politice životního prostředí a CSR informace. V odvětví petrochemie byly zařazeny pouze 4 podniky celkem a všechny 4 publikují jak politiku životního prostředí, tak i aktivity v oblasti společenské odpovědnosti, pouze jeden podnik spolupracuje se společností EKO-KOM a zveřejnil certifikát od společnosti Responsible Care. Podniky z odvětví agrochemie vnímají jako dležitější podávat CSR informace, informace o environmentální politice i zveřejněný certifikát Odpovědného podnikání v chemii. Společnosti zabývající se zpracováním plastů nejvyšší publikují soulad s normou ISO 14001 a politiku životního prostředí.

	celkem podnik	CSR informace	ENVI politika	certifikát 14001	EKO-KOM	Responsible Care
klasická chemie	40	30	31	28	9	17
farmakochemie	12	11	9	6	0	4
nátěr/barvy	31	19	22	23	7	6
kosmetika	13	10	11	8	4	2
petrochemie	4	4	4	2	1	1
agrochemie	10	7	6	5	3	6
plasty	19	10	13	14	1	3
ostatní	70	52	50	44	16	13

Tabulka 9: četnosti podávaných informací na webových stránkách podniků dle odvětví.

Závěrem ke kvantitativnímu výzkumu lze říci, že na které podniky se dle úrovně finančního reportingu na webových stránkách podniku, staví ke společenské odpovědnosti značně nezodpovědně, zejména v oblasti týkající se ochrany životního prostředí, na kterou byla diplomová práce zaměřena. Již zjištěná, že ze základního souboru oproti 470 podnikům, reportuje alespoň nějaké environmentální informace či informace o aktivitách CSR pouze 135 podniků je znepokojující. Myslím, že by podniky měly více pozornosti věnovat svému podnikovému reportingu, zejména tedy reportingu externímu, který je důležitý nejen pro státní správu, ale také hlavně pro budování dlouhodobých pozitivních vztahů se zákazníky, kteří tvoří klíčovou zainteresovanou stranu podniku. Interní reporting, který je vytvářen pouze pro vnitřní uživatele ve firmě je dle mého názoru propracovanější než externí reporting, u něj jen z toho důvodu, že základní informace o chodu podniku, musí být známy minimálně pracovníkům v top managementu a určitý chod informací je nutný, aby podnik efektivně plnil své nastavené cíle a tvořil zisk.

Ze zprávy od auditorské a poradenské společnosti KMPG (2015, str. 30, 33) vyplývá, že Česká republika má spolu s Irskem, Ománem a Peru nejnižší úroveň reportingu. Naopak nevyšší úroveň reportingu je například v Malajsii, Jižní Africe, Francii a Japonsku. Výsledky výzkumu této diplomové práce potvrzují nízkou úroveň podnikového CSR reportingu v podobě výročních CSR zpráv. Podniky v České Republice by si měly vzít příklad z jiných států na světě, které mají finanční CSR reporting mnohem propracovanější a na vyšší úrovni.

### 3.2 Kvalitativní výzkum pomocí scénářů a dotazování

Kvalitativní výzkum byl proveden pomocí scénářů a dotazování u vedoucího odboru řídicího prostředí firmy Synthesia, a.s., která patří mezi velké podniky a která je součástí koncernu Agrofert. Hlavním předmětem její činnosti je chemická výroba, společnost Synthesia je rozdělena do čtyř výrobních jednotek tzv. SBU - SBU Pigmenty a barviva, SBU Nitrocelulóza, SBU Organická chemie a SBU Energetika. Výsledky zjištěné z tohoto výzkumu jsou shrnuty v následujících odstavcích, scénářové dotazování je součástí přílohy diplomové práce.

Podnik má zaveden systém environmentálního managementu. U velkých podniků jako je Synthesia, a.s. se zavedení tohoto systému považuje za samozřejmost. Z hlediska vlivu mateřské holdingové společnosti na zavádění EMS má podnik ponechánou možnost samostatného rozhodování, jak v zavedení systému EMS, tak v environmentální politice a celkové filozofii podniku. Koncern Agrofert tak přímě neovlivňuje záležitosti společnosti v oblasti EMS. V rámci koncernu jde především o majetkové rozdělení.

Jednotlivé výroby podniku i činnosti podniku jako celku jsou kompatibilní s normou ISO 14001, což je také ve firmě považováno za nejdůležitější důkaz odpovědného chování společnosti Synthesia, a.s. v řídicím prostředí. Zavedení principů a dodržování postupů dle normy ISO 14001 významně napomáhá plnit podmínky platné legislativy.

Společnost získala již v roce 1994 právo používat logo Responsible Care a patří k zakládajícím členům této dobrovolné aktivity v rámci Svazu chemického průmyslu R. V současné době se společnost připravuje na obhajobu, kterou bude prodlouženo období pro používání výše uvedeného práva.

Jedním z hlavních důvodů zavedení systému EMS je snaha o naplnění cílů a principů, které si společnost nastavila v rámci svých strategií. Mezi důvody zavedení systému EMS, vyplývající z vlivu jednotlivých zainteresovaných stran podniku, patří dle vedoucího odboru řídicího prostředí požadavky zákazníků, to hlavně zákazník zahraničních a dále požadavky jak dodavatel, tak ostatních zainteresovaných stran i vlastníka podniku. Mezi vnímané přínosy zavedení systému EMS je možné zařadit zvýšení důvěryhodnosti a image podniku, na to navazující přínos získání větší loajality a tím i zvýšení zisku. Diskutovány byly také přínosy ze snížení dopadu podnikové činnosti na řídicí prostředí (například pomocí recyklace, snížením spotřeby energie, prevencí

zne i-ování) v podobě dosahování úspor finančních prostředků, na které poukazuje odborná literatura. Takové přínosy však daný podnik nevnímá. Společnost je významná svou chemickou výrobou, kde se určité odpady dají eliminovat s vynaložením vysokých finančních prostředků, které nemusí být vždy k dispozici a vzniku některých odpadů se prakticky zbavit nelze. Společnost se snaží o recyklaci různých látek zpět do výroby a tím o snížení jejich přítomnosti tam, kde je to možné. Investiční a provozní náklady na ochranu životního prostředí společnosti Synthesia, a.s. se stále zvyšují, ale množství výroby zaznamenává jen podstatně mírný nárůst. Investiční a provozní náklady vynaložené na opatření pro ochranu životního prostředí samy o sobě nezajistí zvýšení objemu výroby.

Při vývoji nových produktů je společnost legislativně nucena zvažovat potenciální dopady nových produktů na životní prostředí. Vzhledem k tomu, že sama společnost chemickou výrobou ovlivňuje životní prostředí, snaží se vyvíjet a posléze vyrábět takové výrobky, které by nezneškodily nadměrně životní prostředí a tuto skutečnost společnost přijala jako součást své filozofie podnikání.

V podniku vzniká velké množství vnitropodnikových reportů jak na různých úrovních, tak různé rozsahu i charakteru a pro různé koncové uživatele. Reporty vznikají v týdenních, měsíčních i ročních intervalech, a to nejčastěji v elektronické formě. Textové reporty jsou zpracovávány v MS Word. Pro přehlednost a prezentaci číselných údajů a sledování trendů jsou využívány tabulky a grafy vytvořené v MS Excel. Společnost reportuje směrem dolů k nižšímu managementu a dle níže směrem nahoru k top managementu a především k vlastnímu managementu společnosti. Zprávy dle tohoto rozdělení mají jiný rozsah i jinou strukturu podávaných informací.

Za celý podnik vychází měsíční firemní noviny pro zaměstnance i veřejnost, ve kterých jsou spolu s různými zprávami a novinkami publikovány také informace o vlivu podnikové činnosti na životní prostředí. Tyto noviny jsou přístupné na internetových stránkách společnosti. Pro zaměstnance jsou dále významná environmentální a bezpečnostní pokolení, při kterých získávají informace jak o problematice ovlivnění životního prostředí, tak o prevenci, kterou je třeba dodržovat, aby se předcházelo nebezpečným situacím i haváriím. Jako zpevněnou vazbu vyplývají zaměstnanci pokolení test zaměřený na otázky z oblasti ochrany životního prostředí a bezpečnosti, konkrétní otázky v testu jsou orientovány například na různé ukazatele znečištění, jak nakládat s odpady, co všechno jsou nebezpečné odpady atd. Dle vedoucího odboru životního prostředí mají

zaměstnanci další možnosti, jak získávat informace o stavu životního prostředí i vlivu podnikových činností na okolní prostředí. Zdrojem informací mohou být veřejné internetové stránky podniku, kam umístíte údaje významných informací. Vedle webových stránek, využívá podnik pro vnitropodnikovou komunikaci také vlastního intranetu podniku. Pravidelně, jednou za 4 měsíce jsou vytvářeny reporty pro říší management a další. Tyto reporty jsou říší směrem dolů a kontrolují pomocí různých indikátorů chod společnosti, stav a vliv podniku na okolí. Dochází k porovnávání skutečnosti a plánu z předchozích období a zpětně se pak kontroluje soulad s plánem.

Střednědobé plány společnosti jsou zpracovávány na 3 roky a reporty o jejich plnění jsou pouze interní záležitostí podniku a tak nikdo z veřejnosti k takovým reportům přístup nemá. Ale jak již bylo řečeno výše, společnost zpracovává mnoho jiných reportů pro různé příjemce zpráv. Střednědobé plány mají strukturu, která se skládá z úvodu, popisu různých cílů reportu, kterých společnost chce dosáhnout, pak následuje detailnější rozbor problémů i aspektů například v oblasti ochrany ovzduší nebo vody. Výsledkem je takzvaný akční plán. V akčním plánu je detailně rozpracovaná událost i problém, který je třeba sledovat nebo řešit a na který se management musí více zaměřit nebo který chce zlepšit. Jedenkrát za čtvrtletí probíhá kontrola plnění úkolů akčního plánu, která probíhá za účasti generálního ředitele společnosti. Aktualizace plnění úkolů akčního plánu je prováděna každým měsícem.

Dalším typem reportu jsou pak reporty na takzvaných škartách, kdy pro každou výrobní jednotku (SBU) je zpracován detailní popis konkrétního ekologického problému, který je nutné řešit. Jedná se zejména o environmentální aspekty týkající se ovzduší, vody i odpadů. Jedenkrát měsíčně se s jednotlivými SBU projednávají postup a stav řešení každého konkrétního problému.

Společnost Synthesia, a.s. má zaveden program pro kontrolu a péči o spotřebu energií a vody. Sledují se zvláště spotřebu v jednotlivých výrobních i spotřebu podniku jako celku. Co se týká spotřeby energie je společnost soběstačná. V případě havárií u tradičních producentů tepla může teplárna společnosti Synthesia, a.s. fungovat jako záložní zdroj a dodávat teplo ve formě páry prostřednictvím veřejné distribuční sítě například i do domácností. Společnost Synthesia, a.s. do veřejné distribuční elektrické sítě dodává pouze potřebnou elektrickou energii. Společnost je tedy schopna vyprodukovat dostatek energie jak pro zajištění vlastní potřeby, tak pro další případné spotřebitele. Společnost využívá jak pitnou vodu, tak užitkovou labskou vodu z řeky, která projde žádnou úpravou, aby

vyhovovala podmínkám výroby. Roční spotřeba vody společností je cca 13 milionů kubíků, část vody se pak vrací zpět do řeky. Společnosti dále platí všechny poplatky za znečištění vody i za vypouštění použité vody zpět.

Jako složitější materiály jsou pak zpracovávány reporty pro vrcholový management. Mísí report o vlivu na životní prostředí se skládá z textové části, kde je popsány slovní problémy i záležitosti, které se aktuálně dějí a pak z části tabulkové obsahující relevantní informace zpracovaných do přehledné formy tabulek a grafů. Takovými informacemi jsou například plnění emisních limitů do vod a do ovzduší. V těchto reportech jsou uváděny absolutní hodnoty indikátorů a také jejich vývoj v čase. Jednotlivé hodnoty jsou porovnávány s hodnotami minulými a to jak měsíčními, tak i ročními.

V podniku je vytvářen plán produkce odpadů a emisí. Dle tohoto plánu jsou pak při sestavování finančního plánu vyčítány náklady, které souvisí s ochranou životního prostředí.

Podnik dále vytváří operativní environmentální reporty. Tyto reporty zaznamenávají běžné úkoly, které je třeba vykonat, jsou vypracovány jak na krátký časový horizont, tak i na delší, v závislosti na charakteru daného úkolu. Týdenní reporty obsahují stručný přehled a informace o environmentálních aktivitách, které jsou projednávány na poradách vedení společnosti a tvoří základ pro zápisy z těchto porad.

Společnost Synthesia, a.s. reportuje o vlivu svých činností na životní prostředí jak v samostatné environmentální zprávě za společnost, tak jako součást zprávy výroby. Koncern Agrofert dle potřeby vyřazuje informace od společnosti Synthesia, a.s. pro vytvoření i zpracování společných závěrů v rámci celého koncernu. Ve většině případů si však všechny reporty zpracovávají obě společnosti samostatně. Při analýze webových stránek podniku, která probíhala před realizací tohoto kvalitativního výzkumu, bylo zjištěno, že environmentální zpráva podniku Synthesia, a.s. je zveřejňována pouze formou prezentace. Detailní zprávu o vlivu na životní prostředí podnik zpracovává, ale jak bylo uvedeno výše, rozesílá ji pouze na vyžádání. Zpráva tak není zveřejňována, ale není také utajována. Tento přístup ovlivňuje především pochybnosti o zájmu ve společnosti o tuto zprávu a zároveň při jednotlivém rozesílání získává vedoucí odbor životního prostředí přehled komu a pro jaké účely zprávu poskytuje. Jedním z hlavních důvodů nezveřejnění environmentální zprávy je také přístup některých sdělovacích prostředků,

kteřé mohou svojí interpretací informací ze zprávy zpřesnit ztrátu pravého významu a zkrácení a dále je použít i zneužití. Nejméně jim říká o environmentální zprávu studenti vysokých škol, kteří zpracovávají své bakalářské a diplomové práce a informace z takové zprávy pro ně mohou být významné.

Komplexní roční zpráva o vlivu podniku na životní prostředí vzniká postupně tak, že jednotlivé útvary zpracovávají informace za svoji oblast. Odbor životního prostředí následně zprávu zkompletuje a po kontrole vedením a případné úpravě následně vznikne komplexní zpráva, která je vydávána za celou společnost. Dle vyjádření vedoucího odboru životního prostředí zatím nedošlo k požadavku na další i jiné informace o environmentální problematice, než které podnik sám prezentuje. Zprávu, kterou společnost poskytuje, můžeme prohlásit za zcela komplexní z hlediska podávaných informací o vlivu společnosti na životní prostředí.

Při volbě struktury reportu, má organizace svůj vlastní systém vytváření a struktury zpráv a nevnímá za důležité reportovat podle iniciativy GRI. Systém, který má společnost nastaven funguje a podniku se dlouhodobě osvědčil. Podnik má vytvořeny své indikátory, které jsou však v mnoha případech i ve shodě s indikátory, které doporučuje zmíněná iniciativa GRI. Nejméně jim zpracovávají indikátory se týkající možného znečištění vod, ovzdušší a dále emisí v odpadech. Komplexní roční environmentální zpráva vzniká dle jednotné firemní metodiky, z maximálně 5 let starých dat, kdy je využíváno principu klouzavého sestavování dat s posunem o 1 rok (vždy jeden rok se umafne a další rok dopředu se naplánuje). Z takto vytvořených zpráv lze pak lehce vysledovat trend jednotlivých ukazatelů, jejich zlepšování i zhoršování a tak je vidět, kde je potřeba zaměřit své úsilí a kde naopak jsou hodnoty indikátorů v normě. Sběr dat a tvorba komplexní zprávy není úplně jednoduchá. Je třeba získat informace od jednotlivých útvarů, kterým se rozpracovaná zpráva odešle, každý útvar i úsek doplní potřebné informace za sebe a zpráva se pak může sestavit a vzniká komplexní zpráva za celou společnost.

Společnost Synthesia, a.s. má nad rámec svých zákonných povinností zřízení tzv. Bezpečnostní rady, prostřednictvím, které je možné informovat veřejnost a obany blízké v okolí společnosti. Bezpečnostní rada je složená ze starostů okolních obcí, zástupců kraje a města Pardubice a organizací s místní nebo krajskou působností (např. HZS Pardubického kraje) a v neposlední řadě zástupců společnosti Synthesia, a.s. Bezpečnostní rada je zejména komunikací v případě mimořádných událostí i havárií, tak aby její členové v krizových situacích měli dostatek informací pro předání obanům, kteří by mohli být



mimo žádnou událostí zasazení nebo ohrožení. Nástrojem pro komunikaci v případě mimořádných událostí je systém odesílání SMS členem Bezpečnostní rady. Výsledkem je například i to, že text odeslané varovné zprávy se zobrazuje přímo na webu města Pardubice. Společnost se dobrovolně zajímá a stará o své okolí a o dobré vzájemné vztahy s okolními obcemi, proto se snaží ve snaze informovat o jakýchkoliv anomálních stavech.

Z hlediska plnění legislativních povinností v oblasti environmentálního reportingu vzniká podniku povinnost povinně reportovat environmentální záležitosti do Integrovaného registru znečištění. Kdokoli z veřejnosti má na webové stránky tohoto registru přístup a najít všechny potřebné údaje o společnosti a jejímu vlivu na životní prostředí. Druhým povinným reportem je pak i report pro ISPOP - Integrovaný systém plnění ohlaovacích povinností, který umožňuje zpracování a příjem hlášení z oblasti životního prostředí v elektronické podobě a jejich následnou distribuci příslušným institucím ve veřejné správě.

Důvodem zavedení a vyvolávání systému reportování společnosti z environmentální oblasti společenské odpovědnosti nejsou pouze legislativní a certifikační, ale také důvody vyplývající z požadavků zákazníků i top managementu. Společnost Synthesia, a.s. se zajímá o své okolí, a proto významným důvodem reportování je i vytváření pozitivních vztahů s místními obcemi, s různými organizacemi v okolí, které chrání životní prostředí.

Hlavní přínosy z environmentálního reportingu vidí společnost ve zlepšení své image a pozice na trhu. Podnik přistupuje k aktivitám dobrovolně, ze své vlastní iniciativy a zajímá se o stav životního prostředí a o možnosti jeho zlepšení. V roce 2015 získala společnost Synthesia, a.s. cenu udržitelného rozvoje a i z toho lze usuzovat, že společnost se snaží pro blaho okolí a pro životní prostředí v rámci možností dle lat maximum.

## Závěr

Diplomová práce byla zpracována na základě zjištěných informací z odborné literatury a internetových zdrojů. Cílem práce bylo zpracovat relevantní odborné literatury a popsat teoretický základ společenské odpovědnosti podniků ve všech těchto oblastech CSR, podrobněji pak analyzovat aktivity zejména v oblasti environmentální odpovědnosti podniků. Nedílnou součástí společenské odpovědnosti podniků je i reporting aktivit CSR, kterým organizace komunikují s relevantními zainteresovanými stranami.

Důležitým cílem diplomové práce bylo vysvětlit teoretická východiska společenské odpovědnosti podniků a to zejména v oblasti environmentální, která získává stále více na popularitě. V první kapitole jsou poznatky o společenské odpovědnosti detailně popsány, jsou vymezeny jednotlivé oblasti CSR a dále jsou zpracovány výhody a nevýhody zavedení principů společenské odpovědnosti do podnikové praxe. Reportingu společenské odpovědnosti pak byla věnována celá další kapitola diplomové práce. Reporting je jeden z důležitých nástrojů CSR, pozornost je věnována základním charakteristikám podnikového reportingu, formulaci a jeho významu pro podniky i zainteresované skupiny. Dále je práce zaměřena na obsah, formu reportu a na příjemce zpracovaných reportů. Podrobněji jsou rozpracována teoretická východiska environmentálního managementu podniků, který je základem správného systému řízení podnikových aktivit s ohledem na okolí podniku, na životní prostředí, které podnik ovlivňuje. Environmentální systém managementu je založený na dobrovolném přístupu, podniky dle odborné literatury spatřují přínosy jeho implementace v získání lepší pozice na trhu a v konkurenční výhodě. V druhé kapitole jsou dále popsány jednotlivé nástroje environmentálního managementu, které napomáhají manažerům a vlastníkům při jejich rozhodování, jak o investicích, tak o aktuální situaci podniku i upozorují na aktivity, které jsou na hraně legislativy a podnik by se na jejich negativní dopady měl zaměřit a řešit je. Na základě zpracovaných analýz a závěrů, pak mohou manažeři podniků kvalitně rozhodovat a přijímat další potřebná opatření.

Uživatel podnikového reportingu, s relevantními požadavky na reporty, může být mnoho. Všechny externí reporty, by měly být napsané dle předem stanoveného cíle, významu a smyslu reportu, ve srozumitelné a přehledné formě. Nároky jsou kladeny jak na obsahovou, tak i formální stránku reportu. Pro podniky je výhodou vnímat podnikový reporting jako součást systému řízení společenské odpovědnosti.

Praktická část diplomové práce byla zaměřena na kvalitativní i kvantitativní výzkum. Byla zpracována kvantitativní analýza nefinančního reportingu aktivit a významných aspektů environmentální oblasti společenské odpovědnosti podniků chemického průmyslu prostřednictvím webových stránek podniku. Kvalitativní analýza byla provedena pomocí scénáře dotazování u Vedoucího odboru životního prostředí ve společnosti Synthesia, a.s.

Závěry práce poukazují zejména na skutečnost, že pro podniky není významné reportovat o svých aktivitách a aspektech ohledně životního prostředí obzvláště pro veřejnost. Podniky reportují především kvůli legislativním požadavkům státu, což má za následek nízkou úroveň reportingu u českých chemických podniků. Nedokonalou úroveň reportingu českých podniků potvrzuje i skutečnost, že ze základního souboru o velikosti 470 podniků bylo vybráno pouze 135 podniků, které reportují alespoň nějaké informace o životním prostředí i o CSR aktivitách.

## Použitá literatura

1. CRANE, A., MCWILLIAMS A., MATTEN D., MOON J., STEGEL D. *The Oxford handbook of corporate social responsibility*. New York: Oxford University Press, 2008. ISBN 0199211590
2. ESKO. Zákon . 17 ze dne 5. prosince 1991 o flivotním prost edí ve zn ní zákona . 123/1998 Sb. a zákona . 100/2001 Sb. In: Zákon 17/1992 Sb. Dostupný také z [http://www.mzp.cz/www/platnalegislativa.nsf/5B17DD457274213EC12572F3002827DE/%24file/Z%2017\\_1992.pdf](http://www.mzp.cz/www/platnalegislativa.nsf/5B17DD457274213EC12572F3002827DE/%24file/Z%2017_1992.pdf)
3. DYTRT, Z. *Etika v podnikatelském prost edí*. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1589-9.
4. DYTRT, Z. *Odpov dný management*. Praha: Management Press, 2015. ISBN 978-80-7261-348-9.
5. FERNANDEZ-FEIJOO, B., ROMERO, S., RUIZ, S. Commitment to Corporate social responsibility measured through global reporting initiative reporting: factors affecting the behavior of companies. *Journal of Cleaner Production*, 2014, Vol 81, str. 244 ó 254, Elsevier. ISSN: 0959-6526
6. JELINKOVA M., MUNZAROVA S., LOSTAKOVA H. Internet CSR presentation and its importace for increasing corporate reputation in the area offerrous metalurgy, In: *METAL 2016: 25th International Conference on Metallurgy and Materials*. Ostrava: Tanger, spol. s.ro., 2016, s. 1829-1837 ISBN:978-80-87294-67-3.
7. JOHNSON, P., L. *ISO 14000: the business manager's komplete guide to environmental management*. New York: Wiley, c1997. ISBN 0471165646.
8. KATPÁROVÁ, K., KUNZ, V. *Moderní p ístupy ke spole enské odpov dnosti firem a CSR reportování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 159 s. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4480-3.
9. KOTLER, P., LEE, N. *Corporate social responsibility: doing the most good for your company and your cause*. Hoboken, N.J.: Wiley, c2005. ISBN 0471476110.
10. KREUZ, J., VOJÁ EK, O. *Firma a flivotní prost edí*. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1254-9.

11. KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0.
12. PAVLÍK, M., B L ÍK, M. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ní dál*. Praha: Grada, 2010. Management (Grada). ISBN 978-80-247-3157-5.
13. SEDLÁ KOVÁ, M. *Společenská odpovědnost firem a její vliv na společnost*. Praha: 2011. 48 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Vedoucí práce Mgr. Michal Osuský
14. POLJAKOVÁ, L., FIBÍROVÁ, J. *Reporting*. 3. rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2010. Finance (Grada). ISBN 978-80-247-2759-2.
15. TET EVOVÁ L. a kol.: *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých od tví*, Grada publishing, Praha, 224 s., 2017, ISBN 978-80-271-0285-3
16. VEBER, J. *Environmentální management*. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0336-0.
17. VEBER, J., H LOVÁ M., PLÁTKOVÁ A. *Management kvality, environmentu a bezpečnosti práce: legislativa, systémy, metody, praxe*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2010. ISBN 978-80-7261-210-9.
18. WEBER M., The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR, *European Management Journal*. 2008. 26, s. 247-261. Elsevier. ISSN: 0263-2373
19. ZADRAFILOVÁ, D. *Společenská odpovědnost podniků: transparentnost a etika podnikání*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2010, 167 s. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-192-5.

## Internetové zdroje

20. BORTREE D., S., The State of CSR Communication Research: A Summary and Future Direction, *Public Relations Journal* [online]. 2014, Vol 8. No 3. [vid. 26. 1. 2017]. Dostupné z: <http://apps.prsa.org/Intelligence/PRJournal/past-editions/Vol8/No3/>
21. CEFIC. The European Chemical Industry Council. *Cefic*. [online]. [vid. 6. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.cefic.org/Responsible-Care/>
22. CENIA. Česká informační agentura životního prostředí. Aktuality EMAS. In: *Cenia*. [online]. Resort životního prostředí. 2013, [vid 25. 11. 2016]. Dostupné z: <http://www1.cenia.cz/www/node/455>
23. CENIA. Česká informační agentura životního prostředí. Co je EMAS. In: *Cenia*. [online]. Resort životního prostředí. 2016, [vid 25. 11. 2016]. Dostupné z: <http://www1.cenia.cz/www/databaze-emas/databaze-emas#cojeemas>
24. CENIA. Česká informační agentura životního prostředí. EVVO a podniková sféra. In: *Cenia*. [online]. Resort životního prostředí. 2012, [vid 25. 11. 2016]. Dostupné z: <http://www1.cenia.cz/www/evvo/evvo-a-podnikova-sfera>
25. GLOBAL REPORTING INITIATIVE. About GRI. In: *Global reporting* [online]. GRI, [vid. 11. 8. 2016]. Dostupné z: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>
26. GLOBAL REPORTING INITIATIVE. G3 Sustainability Reporting Guidelines, In: *Global reporting initiative* [online]. GRI, 2006, s. 169. [vid. 11. 8. 2016]. Dostupné z: <https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI-G3-Czech-Reporting-Guidelines.pdf>
27. GLOBAL REPORTING INITIATIVE. G4 Sustainability Reporting Guidelines. In: *Global reporting initiative* [online]. GRI, 2013 [vid. 13. 8. 2016]. Dostupné z: <https://www.globalreporting.org/information/g4/Pages/default.aspx>
28. GLOBAL REPORTING INITIATIVE. G4 Sustainability Reporting Guidelines. *Global reporting initiative* [online]. GRI, 2015, s. 52. [vid. 28. 1. 2017]. Dostupné z: <https://www.globalreporting.org/resource/library/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>

29. HERCEGOVÁ, K., <sup>TM</sup>MEJKAL, V. Corporate Social Responsibility. *Institut ekonomických studií*. [online]. 2006, prezentace ppt, [vid. 23. 11. 2016]. Dostupné z: [ies.fsv.cuni.cz/default/file/download/id/4939](http://ies.fsv.cuni.cz/default/file/download/id/4939)
30. ISO. ISO 26000 o Social responsibility. In: *ISO-International Organization for Standardization* [online]. [vid 25. 3. 2017]. Dostupné z: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
31. KOUBSKÁ, K., HRALOVÁ, E. Společensky odpovědné podnikání jako trend a péřivost. In: *Centrum inovací a rozvoje o.s. (CIR)* [online]. Česká republika: Centrum inovací a rozvoje a nizozemská konzultační společnost BECO Groep, 2006. [vid. 10. 8. 2016]. Dostupný z: <http://www.cir.cz/prirucka-csr/482649/1985622>
32. KUNZ V., FERENCOVÁ M., HRONOVÁ <sup>TM</sup>, SINGER M. Researching of sociálně responsible behaviour in selected companies and organizations through their corporate websites. *Polish Journal of management studies* [online]. 2015.[vid. 12. 1. 2017]. Vol. 12., No 2., Dostupné z: <http://pjms.zim.pcz.pl/PDF/PJMS122/Researching%20of%20Social%20Responsible%20Behaviour%20in%20Selected%20Companies%20and%20Organizations%20through%20their%20Corporate%20Websites.pdf>
33. MOUDRÝ, J. Multifunkční zemědělství. Multimediální texty. In: *Trvale udržitelný rozvoj*. [online]. 2006. [vid. 14. 2. 2017]. Dostupné z:[http://home.zf.jcu.cz/~moudry/multif\\_zemedelstvi/frvs\\_pdf/1\\_TUR.pdf](http://home.zf.jcu.cz/~moudry/multif_zemedelstvi/frvs_pdf/1_TUR.pdf)
34. MfP. Ministerstvo životního prostředí. In: *Dobrovolné podnikové zprávy o vztahu k životnímu prostředí, o zdraví a bezpečnosti, a o udržitelném rozvoji*. [online]. Planeta 2006, [vid. 6. 3. 2017]. . 1. DOBEL, Lanškroun. ISSN 1801-6898, Dostupné z: [http://www.mzp.cz/ris/ekodisk-new.nsf/6d13b004071d0140c12569e700154acb/65b9d97be5e14157c1257641002fa8b3/\\$FILE/Planeta%202006\\_01.pdf](http://www.mzp.cz/ris/ekodisk-new.nsf/6d13b004071d0140c12569e700154acb/65b9d97be5e14157c1257641002fa8b3/$FILE/Planeta%202006_01.pdf)
35. NÁRODNÍ INFORMAČNÍ PORTÁL O CSR, In: *Oficiální portál České republiky o společenské odpovědnosti*, [online]. 2015. Národní středisko podpory kvality [vid. 6. 3. 2017]. Dostupné z:<http://narodniportal.cz/mezinarodni-nastroje-a-standardy-csr/>

36. REMTOVÁ, *Planeta. Dobrovolné environmentální aktivity. Orienta ní p íru ka pro podniky*. Ro ník XIV. Cenia.cz. [online]. 2006, [vid. 26. 11. 2016]. Dostupné z: [http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPAPFIVNKW4/\\$FILE/planeta06\\_web.pdf](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPAPFIVNKW4/$FILE/planeta06_web.pdf)
37. R íl KA, P. In: *EMS Systém environmentálního ízení* [online]. MfP. Seminá k environmentální politice pro MSP. 2007. [vid. 4. 3. 2017]. Dostupné z:<http://www.veronica.cz/soubory/emas/ems.pdf>
38. STEINEROVÁ, M. MAKOVSKI, D. *Koncept CSR v praxi: Pr vodce odpov dným podnikáním* [online]. eská republika: ASPRA, 2008. [vid. 10. 8. 2016]. Dostupné z: <http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/wp-content/uploads/2013/09/Koncept%20CSR%20v%20praxi.pdf>
39. URS. United Registrarofsystems ó certification. ISO 26000 ó Social responsibility. In: *United Registrar of systém*. [online]. 2015. [vid 28. 3. 2017]. Dostupné z:<http://www.urs-holdings.com/iso-certification/iso-26000--social-responsibility>
40. Ú AD PRO TECHNICKOU NORMALIZACI, METROLOGII A STÁTNÍ ZKUMBNICTVÍ. In: *UNMZ pro jednotlivce SN online*. Detailní informace o produktu [online]. [vid. 4. 3. 2017]. Dostupné z: <http://csnonline.unmz.cz/Detailnormy.aspx?k=77551>
41. KPMG INTERNATIONAL COOPERATIVE. *Currents of change ó The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting*. [online]. KPMG, 2015. [vid. 8. 4. 2017]. Dostupné z:<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/02/kpmg-international-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2015.pdf>



## Seznam tabulek

Tabulka 1: Zastoupení podniků dle velikosti v jednotlivých odvětvích podnikání.....	47
Tabulka 2: Korelační matice pro znázornění závislostí mezi jednotlivými indikátory dle GRI.....	50
Tabulka 3: Korelační matice pro znázornění závislosti mezi podávanými informacemi na webových stránkách podniků.....	51
Tabulka 4: etnosti podniků dle velikosti, které podávají informace o CSR aktivitách. ....	52
Tabulka 5: etnosti podniků dle velikosti, které podávají informace o environmentální politice.....	53
Tabulka 6: etnosti podniků dle velikosti, které mají certifikát ISO 14001.....	54
Tabulka 7: etnosti podniků dle velikosti, které mají osvědčení EKO-KOM.....	56
Tabulka 8: etnosti podniků dle velikosti, které mají certifikát Responsible Care. ....	57
Tabulka 9: etnosti podávaných informací na webových stránkách podniků dle odvětví.....	58

## Seznam obrázk

Obrázek 1: Příklady aspektů jednotlivých oblastí společenské odpovědnosti organizací (Koubská a Hralová, 2006, str. 9).....	14
Obrázek 2: Zavedení EMS dle normy ISO 14001 a systému EMAS (Cenia, 2016) .....	30
Obrázek 3: Typy zpráv zahrnující environmentální reporting (Ministerstvo životního prostředí, 2006) í í í í í í í í í í í í í ..... í í í í í í í í í í í í í .....	36

## Seznam graf

Graf 1: Graf znázorující etnosti v jednotlivých odvětvích ve výběrovém soboru.....	45
Graf 2: Rozložení etností ve výběrovém soboru dle velikostí podniků .....	46
Graf 3: etnosti podávaných informací na webových stránkách podniků ve výběrovém soboru. ....	48
Graf 4: Informace zveřejňované na webových stránkách dle iniciativy GRI. ....	49
Graf 5: etnosti podávaných informací o CSR aktivitách dle velikostí podniků ve výběrovém soboru. ....	52
Graf 6: etnosti podávaných informací o environmentální politice dle velikostí podniků ve výběrovém soboru. ....	54
Graf 7: etnosti podniků různé velikosti, které mají zveřejněn certifikát ISO 14001. ....	55
Graf 8: etnosti podniků, které mají zveřejněno osvědčení společnosti EKO-KOM. ....	56
Graf 9: etnosti podniků, které mají zveřejněn certifikát Responsible Care. ....	57

## Příloha

### Scénář dotazování pro kvalitativní výzkum ve společnosti Synthesia a.s.

1. Je ve vašem podniku zaveden environmentální manažerský systém EMS?
  - V rámci celého holdingu?
  - V rámci celého podniku?
  - V rámci jednotlivých výrobních jednotek?
2. Je tento environmentální manažerský systém ověřován a certifikován dle národních i mezinárodních standardů (ISO a EMAS)?
  - V rámci celého holdingu?
  - V rámci celého podniku?
  - V rámci jednotlivých výrobních jednotek?
3. Jaké důvody vedly váš podnik k jeho zavedení?
  - Způsobující se environmentální legislativa;
  - Očekávané snížení budoucích nákladů, i zvýšení zisků;
  - Požadavky zákazníka;
  - Požadavky mateřské společnosti, vlastníka;
  - Požadavky dodavatelů;
  - Požadavky ostatních stakeholderů;
  - Další důvody.
4. Jaké vnímáte přínosy ze zavedení EMS?
5. Máte zaveden program pro kontrolu/přehled spotřeby energie a vody? Jak tato kontrola funguje?
6. Souhlasíte s tvrzením, že lze ve vašem podniku dosáhnout úspory finančních prostředků snížením dopadu podnikové činnosti na životní prostředí (např. pomocí recyklace, snížením spotřeby energie, prevencí znečištění)?

7. Zvažujete a hodnotíte p i vývoji nových výrobk a služeb jejich potenciální dopady na životní prostředí (nap . spotřeba energie, recyklovatelnost nebo míra emitovaného znečištění)?

Reporting:

8. Je v rámci podniku komunikována podniková environmentální politika zaměstnancům? ANO / NE

- Pokud ano, jakou formou k této komunikaci dochází?
- environmentální kolení zaměstnanc , (ale ta nejsou pouze o envi politice);
- zveřejnění na intranetu podniku;
- zveřejnění na veřejných webových stránkách podniku,
- jiné sociální sítě ;
- vnitropodnikové vývěsky;
- vnitropodnikové časopisy;
- apod.

9. Zveřejníte pro zaměstnance výsledky hodnocení environmentálních indikátorů podnikovéinnosti?

10. Jaké jsou důvody vykazování informací o environmentálních aspektech podnikovéinnosti (o výrobcích, službách a podnikových aktivitách)? Jaké informace jsou dle Vás nejastější/nejdůležitější? (po adě dle objemu poskytovaných informací, kam a jaké konkrétní informace poskytujete):

- Legislativní,
- Certifikace,
- Požadavky zákazníka,
- Dodavatele,
- Zaměstnance,
- Vlastníka,
- Místních obcí,
- Různých organizací,
- ~~Tržní~~ ~~í~~ ~~í~~

11. Sledujete snížení vlivu innosti vašeho podniku na životní prostředí pomocí indikátorů dle Global Reporting Initiative? Pokud ano, jakých?

12. Můžete využít ekologické parametry výrobků a služeb k získání konkurenčních výhod (např. recyklovatelnost výrobků, efektivnost energií)?
13. Vykazujete informace a indikátory za environmentální oblast podnikové činnosti pouze jako součást výroční zprávy podniku/holdingu?
14. Sestavujete samostatnou environmentální zprávu podniku?
15. Vykazujete informace a indikátory za environmentální oblast podnikové činnosti jako součást samostatné environmentální zprávy holdingu?
16. Vykazujete informace a indikátory za environmentální oblast podnikové činnosti pouze jako součást výroční zprávy podniku o společenské odpovědnosti (udržitelnosti) podniku/holdingu?
17. Jak environmentální zpráva vzniká a jak je organizován sběr dat pro vytvoření zprávy? (schéma)
18. Komu ze stakeholderů je samostatná environm. zpráva zejména určena? Máte více druhů reportů dle toho, komu jsou určeny?
19. Jaké informace chtějí/potřebují stakeholderi od vás?
20. Jaké subjekty dle vašeho názoru využívají podnikovou environm. zprávu?
21. Jaké informace z environm. zprávy zároveň reportujete povinně a kam?
22. Jakou formou a jak často reportujete o environmentální problematice?
23. Jak se podílí podnik na holdingové zprávě pro Agrofert? Zmínilo by se něco, pokud byste nebyli součástí holdingu?
24. Jaké vnímáte přínosy pro váš podnik z prezentace environmentálních informací například i jiných CSR aktivit? Jaké plynou přínosy pro podnik z environmentálního reportingu? Prezentujete environmentální informace na webových stránkách vašeho podniku/holdingu? Pro a pro koho zejména jsou informace určeny?